



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

**“Business Intelligence y toma de decisiones en Cooperativas de
ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, 2019”**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
CONTADOR PÚBLICO**

AUTORA:

Rodriguez Reyes Nickoll Stefanny (Orcid.org/0000-0003-4591-0136)

ASESOR:

Mg. Zuñiga Castillo Arturo Jaime (Orcid.org/0000-0003-1241-2785)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Finanzas

LIMA – PERÚ

2019

Página del jurado

Mg. Marcelo Dante Gonzales Matos

PRESIDENTE

Mg. William Marcial Castillo Bravo

SECRETARIO

Mg. Arturo Jaime Zuñiga Castillo

VOCAL

Dedicatoria

Dedico mi informe de tesis de manera especial a Dios, porque me ha dado la fortaleza y ha estado conmigo en cada momento. A mis padres, porque han sido los pilares fundamentales en mi formación, brindándome sus sabios consejos y la confianza necesaria para lograr mis objetivos. Asimismo, a mis mentores que me encaminaron y compartieron sus grandes conocimientos para la culminación de mi carrera profesional.

Agradecimiento

Deseo manifestar mi muestra de agradecimiento:

A Dios por guiar mis pasos y concederme la vida para continuar. A mis progenitores por su ejemplo, confianza, amor y aliento permanente para ser cada día mejor persona. A mi asesor por ser soporte y por impartir sus amplios conocimientos para lograr el término de carrera profesional. A la Cooperativa de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho por darme la oportunidad de concederme la información necesaria para el mejora de esta tesis.

Declaratoria de autenticidad

Yo Nickoll Stefanny Rodriguez Reyes con DNI N° 73142738, a consecuencia de acatar con las normalidades actuales tomados en consideración en el Estatuto de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Profesional de Contabilidad, menciono bajo compromiso que la total documentación que adjunto es verídica y genuina. También, expongo igualmente bajo obligación que la totalidad los datos e información que se muestran en la vigente tesis son legitimados y fidedignos. En este aspecto, admito la incumbencia que atañe ante alguna inexactitud, ocultación o negligencia tanto de la documentación así como de información contribuida de tal forma que me doblego a lo establecido en las políticas académicas de la Universidad César Vallejo.

Lima, 26 de noviembre del 2019



Nickoll Stefanny Rodriguez Reyes
DNI: 73142738

Presentación

Señores integrantes del Jurado:

En acatamiento del reglamento de grados y títulos de la Universidad Cesar Vallejo propongo ante usted el proyecto de investigación denominada: “Business Intelligence y toma de decisiones en Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, 2019” la misma que proponemos a vuestro beneplácito y esperamos que apruebe con los requerimientos de conformidad para alcanzar el Título de Contador Público.

Agradezco por anticipado su deferencia y dedicación brindada a la investigación del presente trabajo.

Atentamente:



.....
Rodriguez Reyes, Nickoll Stefanny

DNI: 73142738

Índice general

Página del jurado.....	ii
Dedicatoria.....	iii
Agradecimiento	iv
Declaratoria de autenticidad.....	v
Presentación.....	vi
Índice general	vii
Índice de tablas	ix
Índice de figuras.....	xii
Resumen	xiv
Abstract.....	xv
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MÉTODO	30
2.1. Tipo y diseño de investigación.....	30
2.1.1. Enfoque	30
2.1.2. Tipo	30
2.1.3. Nivel.....	30
2.1.4. Diseño	31
2.1.5. Corte.....	31
2.2. Operacionalización de variables	31
2.1.1. Cuadro de operacionalización	32
2.3. Población, muestra y muestreo.....	34
2.3.1. Población.....	34
2.3.2. Muestra.....	34
2.3.3. Muestreo.....	34
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	35
2.4.1. Técnicas de recolección de datos.....	35
2.4.2. Instrumentos de recolección de datos.	35
2.4.3. Validez.....	37
2.4.4. Confiabilidad.....	43
2.5. Procedimiento.....	45

2.6.	Métodos de análisis de datos	45
2.7.	Aspectos éticos	46
III.	RESULTADOS	47
3.1.	Resultados descriptivos.....	47
3.1.1.	Tabla de frecuencia por Ítem	47
3.1.2.	Tabla de frecuencia con datos Agrupados	82
3.1.3.	Tablas cruzadas	90
3.2.	Prueba de hipótesis	98
3.2.1.	Hipótesis general.....	98
3.2.2.	Hipótesis específico 1	99
3.2.3.	Hipótesis específico 2	100
3.2.4.	Hipótesis específico 3	101
IV.	DISCUSIÓN	102
V.	CONCLUSIÓN	104
VI.	RECOMENDACIÓN	105
6.1.	Recomendaciones a la unidad de estudios	105
6.2.	Recomendaciones académicas	106
VII.	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	107
	ANEXOS	113
	Anexo 1 Matriz de operacionalización de variable	
	Anexo 2 Matriz de consistencia	
	Anexo 3 Instrumento	
	Anexo 4 Validación	
	Anexo 5 Autorización para el acceso a información	
	Anexo 6 Base de datos	
	Anexo 7 Análisis de fiabilidad de Ítem por Ítem de variables	
	Anexo 8 Porcentaje de turnitin	

Índice de tablas

Tabla 1. Cuadro de Operalización	32
Tabla 2. Calificación y puntuación del cuestionario de la variable business intelligence	36
Tabla 3. Calificación y puntuación del cuestionario de la variable toma de decisiones	37
Tabla 4. Juicio de expertos.....	38
Tabla 5. Validez de contenido por V de Aiken	39
Tabla 6. Rangos de fiabilidad	44
Tabla 7. Análisis de fiabilidad de Business intelligence y toma de decisiones.....	44
Tabla 8. Análisis de fiabilidad de Business intelligence	45
Tabla 9. Análisis de fiabilidad de toma de decisiones.....	45
Tabla 10. Con la minería de datos la empresa puede mejorar la atención al cli...	47
Tabla 11. La minería de datos ahorra costes a la empresa.....	48
Tabla 12. La calidad de los datos es la clave del éxito de un almacén de datos ..	49
Tabla 13. Resultan eficaces las técnicas de minería de datos incorporados.....	50
Tabla 14. El análisis en aplicación de minería de datos incorpora técnicas	51
Tabla 15. A partir del uso de la minería de datos surgen nuevas aplicaciones	52
Tabla 16. La minería de datos como herramienta de búsqueda de información ..	53
Tabla 17. Las normas establecidas están alineadas a las políticas de la empre .	54
Tabla 18. Los gestores definen las reglas mediante un excelente análisis.....	55
Tabla 19. Para que estas reglas de negocio funcionen es necesario que utilicen la tecnología de un software especializado.....	56
Tabla 20. Se controla eficazmente la evolución de la ejecución presupuestaria ..	57
Tabla 21. Implementan un organigrama funcional en la empresa	58
Tabla 22. Establece de un cuadro de mando que sintetice todas las coord	59
Tabla 23. Los navegadores facilitan la accesibilidad a los usuarios	60
Tabla 24. Una buena información da a conocer la realidad del entorno empre....	61
Tabla 25. Dispone de medios adecuados como los canales de difusión	62
Tabla 26. Los sitios de búsqueda son fáciles de entender por los clientes	63
Tabla 27. La experiencia del usuario puede contribuir a la visibilidad de la información.....	64

Tabla 28. Analizan continuamente que eventos a futuros podrían ocasionar pér	65
Tabla 29. Es fundamental planificar estrategias para tomar buenas decisiones ..	66
Tabla 30. Las estrategias utilizadas por la empresa son las más eficaces.....	67
Tabla 31. Los socios antes de hacer una inversión hacen un análisis del escenario financiero para conocer los posibles riesgos en su economía.....	68
Tabla 32. En cuanto a las estrategias de fidelización la cooperativa satisface las necesidades del cliente cubriendo sus expectativas	69
Tabla 33. Las cooperativas están en capacidad de desarrollar estrategias	70
Tabla 34. Cuentan con suficientes agencias	71
Tabla 35. Tienen impacto en el desarrollo del negocio.....	72
Tabla 36. Las técnicas de cobranza utilizadas en la cooperativa	73
Tabla 37. Mantienen una eficaz comunicación con el socio que haya incurrido...	74
Tabla 38. Cuentan con un sistema integral de cobranza.....	75
Tabla 39. Las decisiones tácticas involucra a los altos mandos de la organiza ...	76
Tabla 40. Conocer la operatividad diaria de la compañía le permite saber las dificultades en las que se encuentra su personal día a día	77
Tabla 41. Hay buena disposición por parte de los socios.....	78
Tabla 42. Conocen si los socios de la cooperativa toman parte activa.....	79
Tabla 43. Las decisiones que se toman en el nivel más alto de los directivos	80
Tabla 44. Las colocaciones bancarias que se otorgan a los clientes	81
Tabla 45. Business intelligence (Agrupada)	82
Tabla 46. Minería de datos (Agrupada)	83
Tabla 47. Regla de negocios (Agrupada)	84
Tabla 48. Visibilidad de la información (Agrupada)	85
Tabla 49. Toma de decisiones (Agrupada).....	86
Tabla 50. Decisiones estratégicas (Agrupada)	87
Tabla 51. Decisiones tácticas (Agrupada)	88
Tabla 52. Decisiones operativas (Agrupada).....	89
Tabla 53. Tabla cruzada Business Intelligence y Toma de decisiones.....	90
Tabla 54. Tabla cruzada Business Intelligence y Decisiones estratégicas.....	92
Tabla 55. Tabla cruzada Business Intelligence y Decisiones tácticas	94
Tabla 56. Tabla cruzada Business Intelligence y Decisiones operativas.....	96

Tabla 57. Coeficiente de correlación entre Business Intelligence y toma de decisiones	98
Tabla 58. Coeficiente de correlación entre Business Intelligence y decisiones estratégicas	99
Tabla 59. Coeficiente de correlación entre Business Intelligence y decisiones tácticas	100
Tabla 60. Coeficiente de correlación entre Business Intelligence y decisiones operativas.....	101

Índice de figuras

Figura 1. Con la minería de datos la empresa puede mejorar la atención al cli ...	47
Figura 2. La minería de datos ahorra costes a la empresa.....	48
Figura 3. La calidad de los datos es la clave del éxito de un almacén de datos...	49
Figura 4. Resultan eficaces las técnicas de minería de datos incorporados	50
Figura 5. El análisis en aplicación de minería de datos incorpora técnicas	51
Figura 6. A partir del uso de la minería de datos surgen nuevas aplicaciones	52
Figura 7. La minería de datos como herramienta de búsqueda de información ...	53
Figura 8. Las normas establecidas están alineadas a las políticas de la empre ..	54
Figura 9. Los gestores definen las reglas mediante un excelente análisis	55
Figura 10. Para que estas reglas de negocio funcionen es necesario que utilicen la tecnología de un software especializado	56
Figura 11. Se controla eficazmente la evolución de la ejecución presupuestaria.	57
Figura 12. Implementan un organigrama funcional en la empresa.....	58
Figura 13. Establece de un cuadro de mando que sintetice todas las coord.....	59
Figura 14. Los navegadores facilitan la accesibilidad a los usuarios.....	60
Figura 15. Una buena información da a conocer la realidad del entorno empre...	61
Figura 16. Dispone de medios adecuados como los canales de difusión.....	62
Figura 17. Los sitios de búsqueda son fáciles de entender por los clientes	63
Figura 18. La experiencia del usuario puede contribuir a la visibilidad.....	64
Figura 19. Analizan continuamente que eventos a futuros podrían ocasionar	65
Figura 20. Es fundamental planificar estrategias para tomar buenas decisiones.	66
Figura 21. Las estrategias utilizadas por la empresa son las más eficaces	67
Figura 22. Los socios antes de hacer una inversión hacen un análisis del escenario.....	68
Figura 23. En cuanto a las estrategias de fidelización la cooperativa satisface las necesidades del cliente cubriendo sus expectativas	69
Figura 24. Las cooperativas están en capacidad de desarrollar estrategias	70
Figura 25. Cuentan con suficientes agencias.....	71
Figura 26. Tienen impacto en el desarrollo del negocio	72
Figura 27. Las técnicas de cobranza utilizadas en la cooperativa.....	73
Figura 28. Mantienen una eficaz comunicación con el socio que haya incurrido .	74

Figura 29. Cuentan con un sistema integral de cobranza	75
Figura 30. Las decisiones tácticas involucran a los altos mandos.....	76
Figura 31. Conocer la operatividad diaria de la compañía le permite.....	77
Figura 32. Hay buena disposición por parte de los socios	78
Figura 33. Conocen si los socios de la cooperativa toman parte activa	79
Figura 34. Las decisiones que se toman en el nivel más alto de los directivos	80
Figura 35. Las colocaciones bancarias que se otorgan a los clientes	81
Figura 36. Business Intelligence (Agrupada).....	82
Figura 37. Minería de datos (Agrupada).....	83
Figura 38. Regla de negocios (Agrupada).....	84
Figura 39. Visibilidad de la información (Agrupada)	85
Figura 40. Toma de decisiones (Agrupada).....	86
Figura 41. Decisiones estratégicas (Agrupada).....	87
Figura 42. Decisiones tácticas (Agrupada).....	88
Figura 43. Decisiones operativas (Agrupada)	89
Figura 44. Tabla cruzada Business Intelligence y toma de decisiones.....	91
Figura 45. Tabla cruzada Business Intelligence y decisiones estratégicas	93
Figura 46. Tabla cruzada Business Intelligence y decisiones tácticas	95
Figura 47. Tabla cruzada Business Intelligence y decisiones operativas	97

Resumen

La presente tesis titulado: “Business Intelligence y toma de decisiones en Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, 2019” precisa de propósito general establecer el grado de nexo entre Business Intelligence y toma de decisiones en Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, 2019. La investigación que se manejó es descriptiva y correlacional, el diseño es no experimental de corte transversal, con una población de 14 Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, quienes se les aplicó un cuestionario para medir las variables de Business Intelligence y toma de decisiones, cuyos cuestionarios son auténticos y fiables, apropiadamente certificados para la recolección de datos de las variables, donde la indagación fue desarrollada por medio del programa estadístico SPSS V24. Los resultados adquiridos nos demuestra que Business Intelligence se vincula con la toma de decisiones en Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, 2019; con un p-valor (Sig.) de $0,000 < 0,05$, de tal forma que se actúa a oponerse la hipótesis nula para reconocer la hipótesis alterna, evidenciando la existencia de correlación. Así mismo, un coeficiente de Tau b de Kendall = 0,877 por lo cual se finiquita: Que se haya relación directa y fuerte entre Business Intelligence y toma de decisiones en Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, 2019.

Palabras Claves: Business Intelligence, Decisiones estratégicas, Decisiones tácticas, Decisiones operativas

Abstract

This thesis entitled: "Business intelligence and decision making in credit unions, District of San Juan de Lurigancho, 2019" requires a general purpose to establish the degree of connection between business intelligence and decision making in savings cooperatives and credit, District of San Juan de Lurigancho, 2019. The research that was conducted is descriptive and correlational, the design is non-experimental cross-sectional, with a population of 14 credit unions, District of San Juan de Lurigancho, who a questionnaire was applied to measure the variables of Business Intelligence and decision making, our questionnaires are authentic and reliable, appropriately certified for the data collection of the variables, where the information was developed through the statistical program SPSS V24. The results acquired show us that Business Intelligence is linked to decision making in credit unions, District of San Juan de Lurigancho, 2019; with a p-value (Sig.) of $0.000 < 0.05$, so that it acts to oppose the null hypothesis to recognize the alternative hypothesis, evidencing the existence of correlation. Likewise, a Kendall Tau b coefficient = 0.877 whereby it is finalized: That there is a direct and strong relationship between Business Intelligence and decision making in Savings and Credit Cooperatives, District of San Juan de Lurigancho, 2019.

Keywords: Business Intelligence, Strategic Decisions, Tactical Decisions, Operational Decisions

I. INTRODUCCIÓN

En los últimos años, debido al incremento de la información las organizaciones deben hacer frente a diferentes retos e inconvenientes a la hora de elaborar los datos, ya que empiezan a demandar más formas de analizar su información, para ser transformada en conocimiento con el objetivo de alcanzar el máximo beneficio por medio del uso adecuado de los recursos disponibles, lo cual requiere la utilización de herramientas que respalden a la toma de decisiones y al desempeño de ciertos objetivos. Actualmente, en nuestro país las herramientas de Inteligencia de negocios facilitan a las organizaciones el acceso a la información adecuada para una mejor toma de decisiones. Las asociaciones que ponen en práctica Business Intelligence obtienen mayor provecho ante situaciones de crisis gracias a la tecnología y constante evolución de las herramientas técnicas y metodológicas, generando información veraz para una apropiada toma de decisiones y de una condición apropiada. Así mismo, este proyecto tiene como propósito resaltar el valor de Business Intelligence en Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho utilizando su condición de interés y el bienestar de la clientela; además de saber qué decisión tomar de manera acertada que permita alcanzar objetivos estratégicos indispensables para la compañía.

Con la finalidad de conocer Business Intelligence y toma de decisiones, fue fundamental indagar en diferentes perspectivas tales como los antecedentes nacionales. Se ejecutó una investigación de trabajos similares al presente estudio, y se tomó como base algunos temas en relación, citándolos a continuación:

Como bien señala, Masson (2018), en su indagación titulada: *“Inteligencia de negocios y su relación con la toma de decisiones efectivas en la empresa comercializadora retail de calzado B Perú, Lima 2016”*. Tesis para optar el título profesional de Licenciado en Administración, Universidad Privada del Norte. La finalidad general fue saber de qué modo la inteligencia de negocio tiene relación con la toma de decisiones en la empresa comercializadora retail de calzado B Perú, Lima 2016. El enfoque del estudio es cuantitativo, diseño pre-experimental y tiene una población de 150 tiendas. La técnica que se utilizó fue por medio de cuestionario. Finalmente, se consiguió un crecimiento en la eficiencia del 70% en

formación de reportes desplegables con indicadores de gestión por área de la organización; con un p-valor (Sig.) de $0,000 < 0,05$, de modo que se rechaza la hipótesis nula para aceptar la hipótesis alterna, evidenciando la existencia de correlación. La investigación desarrollada concedió optimar los indicadores de la tienda escogida para el trabajo realizado al igual que poseer un control, medición y definir en período real, de modo que objetar lo mismo en las otras tiendas adquiriendo disposiciones ya no efectivas sino con conocimiento pura y positiva se conseguiría lograr impactos reales en la facturación y rentabilidad.

Asimismo, López y Guerrero (2018), en su estudio titulado: *“Modelo de inteligencia de negocio y analítica en la nube para pymes del sector retail en Perú”*. El objetivo del trabajo de investigación fue plantear un modelo tecnológico que admita poner en funcionamiento una solución de business intelligence y analytics a través del empleo de servicios de cloud computing. Se diseñó bajo un enfoque de arquitectura de cloud híbrida, en la que se observa la realización de algunas funciones a nivel local (on premise), y otras en cloud. Se validó el modelo a través de su implementación en una pyme retail peruana en la que se generó un análisis de indicadores financieros, mediante encuestas a expertos en las tecnologías. Finalmente, en este trabajo se mostró un modelo de business intelligence y analytics que se adapta a las diferentes situaciones de las pymes del sector retail del Perú. En la tecnología cloud computing se alcanzó reducir diferentes riesgos y costos en los que, por lo habitual, se incurren en implementaciones on premise. La investigación realizada demostró que el modelo concede a las pymes incorporar y gestionar sus datos con el propósito de adquirir información esencial y apropiada para la realización de inventario.

Por consiguiente, Marlo (2015), en su trabajo titulado: *“Sistemas de informacion ejecutivo basado en business intelligence y la calidad de informacion de los indicadores económico financieros de la Gerencia financiera de la Universidad Peruana Unión”*. Su finalidad planteada fue identificar el grado de influencia del sistema de información ejecutivo cimentado en Business intelligence en la importancia de la información de los indicadores económico financieros de la gerencia de la Universidad Peruana Unión. Su investigación fue mixta con un diseño de la metodología Kimball. En resumen, el sistema de información

ejecutivo sustentado en business intelligence contribuyó en la importancia del informe analizado en la dimension tiempo; se disminuyó en un 96,03%; que manifiesta 387 minutos; en la elaboración de los indicadores economico financieros de la gerencia de la Universidad Peruana Unión; en otras palabras, por medio de la ejecucion del sistema, la informacion y los indicadores economicos financieros estan aptos a tiempo, con exactitud y estan establecidos en fundamento al tiempo para que los dirigentes consigan manejar aquella informacion en la toma de decisiones; se obtubo los resultados con la prueba T de Student de $0,000 < 0,05$, por esta razón se deniega la hipótesis nula y se reconoce la hipótesis alterna, evidenciando la existencia de correlación. En lo que se refiere a la investigación obtenida, ha aprobado hacer un examen de los dirigentes de la Universidad Peruana Unión, consiguiendo así optimizar la toma de decisiones con relatividad a los diversos indicadores monetarios financieros que plasman en el curso.

Para Sánchez (2014), en su tema titulado: *“Modelo de inteligencia de negocio para la toma de decisiones en la empresa San Roque S.A.”*. Su plan, fue fomentar un prototipo de Inteligencia de Negocio para el sector de ventas de la empresa San Roque S.A. Para eso, su hipotesis fue que la elaboración de modelo de Inteligencia de Negocios, facilitará una mejoría en la toma de decisiones en el área de ventas en la empresa San Roque S.A. La metodología que se efectuó, fue de tipo no experimental – descriptivo; investigacion aplicada, diseño inductivo, tecnica a partir de encuestas y escala tipo Likert. En desenlace, los resultados de la apreciación gracias al criterio de especialistas de los atributos del Modelo de Inteligencia de Negocios planteada, manifestaron un progreso significativo en la mayor parte de las facetas del modelo formulado; por otra parte se evaluó los atributos perjudiciales (Adaptacion del Modelo y Costo de Desarrollo) con un alcance finito de 273,66 puntos y favorables (Tiempo de Desarrollo y Nivel de Calidad de Modelo) con un alcance final de 497.01 puntos para el Modelo presentado.

Seguidamente, Marceliano (2018), en su teorema titulada: *“Inteligencia de negocios para la toma de decisiones estratégicas en la empresa FECOPE E.I.R.L.”*. El fin fue implementar la inteligencia de negocios en la empresa

FECOPE E.I.R.L para la toma de decisión estratégica. Su método fue de enfoque cuantitativo, nivel descriptivo - correlacional, tipo aplicada y diseño no experimental - transversal, donde la muestra es el 100% de la población igual a 6 directivos. La técnica que se manejó fue a través de cuestionario. En definitiva, se comprobó un elevado grado de apoyo del implemento de Business Intelligence en la toma de decisiones para los Directivos de la empresa FECOPE Huaraz, 2018, elevado al 60% por parte de los directivos de la coporación.

De igual manera se realizó una investigación con antecedentes internacionales similares al presente estudio:

Como menciona, Murillo y Cáceres (2013), en su artículo titulado: *“Business intelligence y la toma de decisiones financieras: una aproximación teórica”*. El objetivo del trabajo de investigación fue convertir los datos separados de la organización en información que pueda ser ventajoso para el conocimiento del negocio, la toma apropiada de decisiones y el ofrecimiento de herramientas para el estudio de datos de la información. Para la prueba de hipótesis, en este contexto de la globalización fue la relación que empieza a tener lugar en medio del incremento de la tecnología de la información y la comunicación, junto al proceso y clasificación de la información. De este mismo modo, se observó que los adelantos tecnológicos de la información y comunicación han contribuido notablemente a solucionar en la práctica los conflictos en la utilización de la información. Finalmente, se determinó que Business Intelligence ha sido empleada por diferentes organizaciones nacionales y extranjeras. De tal manera, el texto elaborado ayudó a las empresas a alcanzar el incremento y rentabilidad deseados, mediante los beneficios de la inteligencia de negocios que es el aliado perfecto para llevar a tu empresa a niveles más altos de productividad y rentabilidad por medio de la toma de decisiones.

Con base en la revisión teórica anterior, Zapata, Sigala y Mirabal (2016), en su trabajo titulado: *Toma de decisiones y estilo de liderazgo: Estudio en medianas empresas*. Tuvo como objetivo determinar la relación entre el estilo de líder de la gerencia y la toma de decisiones, estratégicas y operativas en las que se hallan implicadas, para eso se formuló la hipótesis que aborda el vínculo entre la toma de decisiones por medio de la variable de forma organizativo “centralización” y el

estilo de liderazgo. Su metodología fue de enfoque cuantitativo, con una población de 411 Mypes del estado Lara-Venezuela, la muestra que se obtuvo fue de 61 compañías. La técnica que se manejó fue por medio de cuestionario y un escalamiento tipo Likert. Se concluyó, de acuerdo a la prueba de esfericidad de Bartlett que dio significativa para $p=0,000 < 0,05$, por esta razón se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna; siendo un coeficiente de el test de KMO que dio un valor alto = 0,778 debido a lo cual se determina que existe relación directa y confiable entre el estilo de liderazgo de la gerencia y el procedimiento de toma de decisiones estratégicas y operativas, señalando que ante las principales no precisamente la existencia del líder transformacional significa una descentralización en la toma de decisiones, entornos que si sucede cuando se maneja las decisiones operativas. La investigación realizada demostró que, es un acto fundamental que indistintamente del tipo de liderazgo, las decisiones estratégicas pueden ser centralizadas en las categorías generales de las estructuras organizativas de las medianas entidades y las operativas son las que frecuentan delegarse “descentralizarse” en los categorías tácticas y operativas, o en los correctos puestos de labor.

Tomando como referencia lo anterior, Quiroa (2014), en su investigación titulada: *“Toma de decisiones y productividad laboral”*. El objetivo de este trabajo fue precisar la influencia de la toma de decisiones en la productividad laboral. La metodología que se manejó fue de diseño descriptiva, con una población de 50 personas en el que se usó una escala de Likert mediante técnica de encuestas. Se concluyó, que las decisiones que se han tomado continuamente van alterar de una forma verdadera o denegada y de este modo habrá un proceso que obtendrán al interior de la institución. La investigación elaborada será de beneficio para el país ya que así se comprende la distinta toma de decisiones de los altos gerentes entre las organizaciones. La sociedad se verá favorecida puesto que sabrán tomar mejores decisiones sin alterar la productividad de los contribuyentes.

En otro orden de ideas, Camargo, Joyanes y Giraldo (2016), en su sección titulado: *“La inteligencia de negocios como una herramienta en la gestión académica”*. Tuvo como efecto mostrar el estudio, análisis y evaluación de los

tipos de datos presentes en la comunidad académica con la intención de proponer el modelo para emplear la inteligencia de negocios. La metodología fue de diseño no experimental – transversal, nivel descriptivo. Se tuvo como población 64 asignaturas y su muestra fue no probabilística. Por último, se consiguió observar que BI coge datos homogéneos para sus procesamientos internos, por lo cual le ayuda en seguida a mostrarle al usuario información para la toma de decisiones.

In the same way, Abbasi (2014), in this article entitled: *“Integration of Business and Knowledge Management - A literature review”*. The objective of BI in an entity is to work within the business procedures that create, and knowledge throughout the entity. BI and KM play an important role in improving the qualitative and quantitative value of data that can be used for decision making. It was concluded that the proper integration of BI and KM can favor the organization to achieve wide benefit. It involves maximizing the effectiveness of the organization, optimizing corporate learning and improving the performance of the organization.

Dado este estudio se centralizará en textos cinematográficos, donde se expondrá algunas definiciones relacionadas al trabajo que aquí se les atribuye.

Por empezar, Ahumada y Perusquia (2016), señalan que comenzando desde el manejo del conocimiento, emerge la noción de inteligencia de negocios (Business Intelligence, inteligencia empresarial o inteligencia de negocios); se señala así al grupo de estrategias, acciones y herramientas basadas en la administración y surgimiento de conocimiento por medio del análisis de datos que existe en una organización.

Es la combinación de prácticas, capacidades y tecnologías usadas por las compañías para recopilar e integrar la información, aplicar reglas del negocio y asegurar la visibilidad de la información en función de una mejor comprensión del mismo y, en última instancia, para mejorar el desempeño (Muñoz, Osorio, y Zúñiga, 2016, p. 195).

En otros términos, Vanegas y Guerra (2013), mencionan que en el campo de las actividades comerciales, los tomadores de decisiones requieren tener a disposición la información puntual y apropiada con el propósito de lograr sus metas. Históricamente, Business Intelligence habría sido usado por los

programadores para elaborar los datos utilizando herramientas variadas y documentos en Excel. Actualmente, la toma de decisiones involucra una extensa escala de roles de negocio. Los grandes negociantes de Business Intelligence se enfocan en ofrecer suites íntegras, lo que cede a los tomadores de decisiones entrar a los datos de principio en alguna situación. Por lo tanto, es la unificación de toda la información originaria de las operaciones de la entidad en una organización de inteligencia de negocio interconectada con su cadena de coste, ya que se está transformando en un factor decisivo de éxito fundamental para la capacidad, y aún más, para la duración de las empresas. Los métodos de business intelligence se fundamentan en la integración y en la globalización de información, para facilitar respuesta a las carencias analíticas, esto es, todos los sectores de la empresa proveen información y al mismo tiempo se favorecerán de ella, pero no solamente de la información que contribuyan como servicio, sino que serán capaces de tener acceso a algún tipo de información que les sirva de beneficio en su área de negocio no obstante la misma proceda de diferente departamento.

Finalmente, en el ámbito moderno cada vez hay más competencia, los proveedores son muy demandantes y los consumidores más rígidos. Es por eso que las asociaciones se han interesado por realizar a estos requisitos, aumentar la ganancia y conseguir un beneficio competitivo sobre su competencia. Con la digitalización en su desarrollo, el método orientado a diversas esferas de la vida ha originado nuevas preferencias como Inteligencia Empresarial o Business Intelligence, que son terminaciones de software informático que autoriza a una institución, adquirir información de sus procedimientos por medio del análisis e informes para perfeccionar los procesos.

La minería de datos tiene como propósito fundamental detectar datos contenidos en la información recogida de manera sistematizada en extensos bancos de datos.

Según Jaramillo y Paz (2015), precisa que es el método de sustraer conocimiento favorable y claros, antes ocultos, desde enormes conjuntos de datos recopilados en diferentes formatos para hallar patrones partiendo de los datos, a fin de que este procedimiento sea eficiente, convendría ser automático y el

empleo de los modelos hallados correspondería contribuir a la toma de decisiones, y por ello, una ventaja a las organizaciones, transformar datos en conocimiento. De igual modo, Gutiérrez y Molina (2015), refiere que es el procedimiento de extraer modelos comenzando de los informes. Es un mecanismo fundamental de las actividades comerciales modernas, puesto que es apto para transformar la información en BI, facilitando así un beneficio de información. Hoy por hoy, es considerablemente usado en las prácticas de perfil, como transporte e industria, consumo masivo, descubrimientos científicos y fianzas.

Sin y Muthu (2015), se refieren a cualquier grupo de datos que es tanto enorme o tan complicado que las aplicaciones tradicionales no son apropiadas para procesarlos. La terminación también hace referencia las herramientas y tecnologías empleadas para utilizar “Big Data”. Dicho de otra manera, la minería de datos se puede precisar como el procedimiento mediante el cual se halla conocimiento no común en forma de modelos, asociaciones, versatilidad, anomalías y sistemas significantes de enormes cantidades de datos recopilados en bases de datos, almacén de datos u otros almacenes de información.

Para ejecutar este tipo de procedimiento se tiene que recoger la información, sustraer los datos y distinguir los patrones, debido a que cada una de estos procedimientos permite a implantar un recorrido para trabajos posteriores en la organización.

La noción de recopilación de datos menciona el uso de una gran diversidad de tecnologías e instrumentos que podrían ser empleados por el analista para obtener datos precisos y desarrollar los sistemas de información. Por ello, Torres y Paz (2015), indican que la recopilación de datos se denomina que es la fase con muy alto valor, en recursos humanos como en materiales, de la misma manera que en tiempo. Es la más vulnerable al error”.

Vale decir, que la recolección de datos es un acto que reside en la selección de información dentro de un aparente entorno. Es fundamental ya que faculta sustentar el conocimiento que se formará en la empresa, pues solicita un instrumento de comprobación que sea útil para conseguir la información indispensable para aprender un aspecto o el grupo de aspectos de un dilema. En

toda averiguación es necesario realizar la recolección de datos de este modo, este es un paso fundamental para tener triunfo en nuestros resultados.

La extracción de información se enfoca en recuperar información estructurada desde un texto no estructurado. Esto, incluso el dominio se encuentra completamente definido, no es una tarea insignificante debido a la complicación e imprecisión del lenguaje natural. La finalidad de la extracción de información no es ordenar o recopilar documentos, más bien sacar información ordenada de documentos comprensibles a cerca de modelos preestablecidos de evento relacionados, con el propósito de construir representaciones más relevantes, que se puede usar para establecer una bases de datos que facilite información organizada, a fin de buscar modelos más complejos.

Dicho de otra manera, Hasperué (2014), precisa que la extracción de patrones es un procedimiento repetitivo puesto que la salida de cualquiera de las fases puede hacer regresar a pasos anteriores y que con frecuencia son necesarias varias repeticiones para sustraer conocimiento de alto contenido. La interacción con el usuario o un especialista en el dominio del problema debe está obligado a ayudar en la confección de los datos, aprobación del conociendo extraído, etc. Por consiguiente, Yao y Van (2014), expresan que la extracción de información se basa en la comprobación de la eficacia de distinta manera: procediendo en primer lugar el rescate de informcaión respectivamente gruesa como una manera de escoger el conjunto de probables candidatos de respuesta en tal caso se intenta efectuar un análisis más a fondo.

Cuando hablamos de un patrón, se describe a cualquier empresa de interés que requiera reconocer o identificar. Ya que es la regla científica de enseñanza computacional o inteligencia artificial que tiene como propósito la clasificación de datos en una grupo de categorías. Lugo, Maldonado y Murata (2014), aseguran que la identificación de modelos es un abordaje para estudiar un conjunto de datos y revelar relaciones previamente inesperado sin obligación de una hipótesis. Los problemas que se proponen y las estrategias para solucionarlo se pueden dividir en: agrupaciones disminución de dimensiones y clasificación.

De tal manera, Meyer y Schmid (2014), manifiestan que el trabajo de reconocimiento de patrones requiere la transformación de patrones en

características que detallen los datos del sensor reunidos en una forma sólida. Idóneamente, esto debería corresponder solamente a la información relevante. Los procedimientos de elección de características quizás sean métodos tradicionales (estadísticos o sintácticos por naturaleza) o métodos con tendencia biológica. En tal caso vale decir, que con el empleo de reconocimiento de patrones se intenta mecanizar la identidad de patrones simples u organizadas y modelar numerosos procesos perceptuales así como la visión y la audición.

Núñez y Boggiano (2015), define que las reglas de negocio es una norma que está bajo la jurisdicción de cierto negocio, de modo que pueden ser activadas, modificadas o desactivas teniendo en cuenta al menester del negocio en un tiempo determinado, dado que manifiestan la condición en que las entidades hacen los negocios.

Asimismo, en el artículo se denominó reglas de negocio a partir del enfoque de los datos, a los reglamentos que están implicadas en las negociaciones con respecto a la base de datos del negocio, que son clasificados en: Regla de modelo de datos, de restricción y de relación.

Del mismo modo, García y André (2015), establecen que las reglas de negocio aceptan precisar las circunstancias para formalizarse un negocio o determinar de qué modo se monitoreará el proceder de los eventos al interior de este. Las reglas de negocio son requerimientos que concreta como el negocio a ejecutarse.

Finalmente, Kubiak y Máslankowshi (2015), indican que son estudios de edición de reglas de negocio en soluciones utilizables en el mercado. Las soluciones de publicación de reglas de negocios que se proponen en el establecimiento emplean diversos motores que resisten la lógica de la aplicación. Las reglas de negocio son tan trascendentales que en los últimos años se han mostrado diversas iniciativas y se han esmerado para estandarizarlas e industrializarlas por medio de motores de reglas de negocio tal es el caso de Biztalk Server de Microsoft o de Oracle Business Rules.

En el entorno de los negocios, un modelo de datos es una distribución abstracta que registra y ordena la información para que sea el medio entre el

personal del departamento especializado y el resto de los trabajadores. Las reglas de modelo de datos abarcan todas aquellas delegadas de comprobar la información esencial almacenada para cada atribución o característica de una entidad o elemento para que sea validada. Así mismo Jiménez (2014), recalca que un modelo de datos es un grupo de herramientas conceptuales que permiten determinar los datos, sus relaciones, límites de integridad que les perjudica, tanto como los métodos a utilizar, para convertir la información adquirida del mundo real en datos estructurados.

Una de las características primordiales de los procedimientos de bases de datos es que aportan cierto grado de abstracción de datos, al ocultar las características acerca del almacenaje físico que la mayor parte de usuarios no necesitan saber. Los modelos de datos son la herramienta importante para brindar dicha abstracción. Un modelo de datos es una colección de nociones que se emplean para describirla distribución de una base de datos, en otras palabras, los datos, los nexos en medio de los datos y las limitaciones que deben efectuarse sobre los datos. Los modelos de datos abarcan también un grupo de operaciones esenciales para la elaboración de consultas (lecturas) y reajuste de datos. Asimismo, los modelos de datos más actuales contienen mecanismos para detallar conductas ante las acciones que se efectúan acerca de la base de datos.

Los modelos de datos se catalogan dependiendo de los modelos de nociones que proponen para detallar la estructura de soporte de datos. Los modelos de datos de elevado nivel, o modelos ideales, establecen de concepciones muy próximos de manera en que la mayor parte de los usuarios notan los datos, en tanto que los modelos de datos de menudo nivel, o modelos materiales, suministran ideas que especifican los pormenores como se recopilan los datos del ordenador. Los conocimientos de los modelos físicos están enfocados al personal informático, no a los clientes finales. En medio de estos dos extremos se localizan los modelos lógicos, tales criterios pueden ser comprendidos por los usuarios finales, sin embargo no están muy apartados del formato en que los datos se establecen físicamente. Los modelos lógicos esconden algunas especificaciones de modo que recopilan los datos. Pero pueden efectuarse de manera inmediata en un ordenador.

Las reglas de restricción imponen a que se efectúe los requerimientos del negocio, cooperando a preservar la entereza del mismo. Se conoce de una restricción en un modelo que restringe por cuanto se puede rectificar un parámetro establecido. A su vez Gomes y Pereira (2017), mencionan que la regla de restricción es manejada a la dominación de los elementos y sus conexiones a fin de asegurar la imparcialidad, la seguridad y la efectividad de los propios. Posee la peculiaridad de ser efectivas.

En el concepto de Reglas de Negocios, tipo restricción, conforme a la filosofía de Morgan se determinan dos patrones primordiales (Restricción Básica y Lista de Restricción). Los dos muy similares en su estructura, la única desigualdad importante es que la lista de restricción admite contener más de un hecho sin vínculos entre sí, a los cuales se les implantan restricciones numéricas. Así se adapta en alguna longitud este patrón y de modo general el impedimento para lograr normas poco más complejas, imprescindibles en los negocios. Son un lugar perfecto para implantar restricciones sencillas que solo impliquen los valores de una condición en la empresa del negocio y así se aprovechan al máximo los beneficios a proponer por el sistema gestor. Se debe poner atención porque si esta regla fácil se anhela con un carácter continuo sería mejor conservarla en el modelo estático, a causa de que su estado constantemente activado ahorrará trabajo.

No obstante, fueron indispensables las transformaciones a estos patrones de aprendizaje. Variaciones provocadas por la dureza de sus definiciones al hacerle frente a un negocio real, primordialmente por perseguir la máxima de atomicidad al conseguir una sola característica, manifestándose la dificultad de reconocer reglas debido a los cual el sujeto requiera más detalles, lógicas en todo negocio.

La relación se conoce una vez que se adquieren datos del producto de la exploración y de la semejanza. Uno realiza conceptualización de esa información y constituye nexos. Es decir Martínez (2015), define que esta clase de regla de negocio, por lo general, debe llevarse a cabo en la capa servidor al examinar el lugar más apropiado bajo la opinión de que la mayor parte de los Sistemas

Gestores de Bases de datos (SGBD) conceden recursos, así como el control de integridad referencial y mecanismos para efectuar este tipo de regla.

Otro conjunto importante de reglas encierra todas aquellas que manejan las relaciones en medio de los datos. Estas reglas detallan, por ejemplo, que toda petición debe ser elaborada por el cliente, y el mismo tiene que ser atendido. Igualmente, una vez que un usuario haya hecho cierto pedido, se deberá asegurar no eliminarlo, salvo que previamente se descarten todos sus pedidos.

La visibilidad es un componente que fomenta el proceso de distintos sistemas de información y comunicación coexistentes. Las variedades de formas como se elaboren los métodos investigativos y del modo en que se digan estos resultados y se forjen visibles, lograrían tener un fin sobre la mejoría de la información.

De igual modo, Niño (2016), manifiesta que los recientes conocimientos causados de los trabajos de indagación se transmiten por medio de publicaciones, en específicos los artículos de revistas, con el propósito de dar a conocer su trascendencia, servir de soporte de nuevos conocimientos y alcanzar ser reconocido por sus autores. La visibilidad reside en reconocer los espacios y las tácticas que se están empleando para transmitir la información, a fin de que la información de una página web sea lo más claro posible a la vista de los investigadores y, de este modo, sencillamente registrable, hay que tener en cuenta las cuestiones relacionadas, ante todo, con la accesibilidad en el registro web.

Es habitual que las diferentes capacidades producidas de las labores de estudio se transfieran por medio de publicaciones, en específico editorial de revista, a fin de proveer su transmisión en la sociedad científica, tener a bien de base de modernos estudios y obtener la aprobación de sus autores.

Berkelaar y Harrison (2017), aseveran que la visibilidad de la información hace referencia al grado en que la información está a disposición y asequible. La disponibilidad se focaliza en si, las personas logran obtener información particular si lo anhelan y la accesibilidad se puntualiza en el esfuerzo necesario para obtener la información disponible. Los académicos reconocen que la visibilidad de

la información puede usarse para diferentes fines y dar como solución variables. Para las personas, el empleo estratégico de la visibilidad de la información garantiza facilitar un medio para indicar experiencia o tomar parte en la gestión de impresiones. Hacer visible el procedimiento de uno al datarlo en un papel o por medio de un rastreador electrónico logra ayudar a las personas a dominar y convertir ese comportamiento. Para las instituciones, la información visible desde una perspectiva estratégica promete contribuir en la coordinación, el dominio, la eficacia y la marca.

El interés de estudiar la visibilidad de la información reside en reconocer los ambientes y las tácticas que usan para propagar la información, la regulación de las fundaciones productoras, la comprobación del lenguaje hispano como principio de eficacia y el soporte de las entidades gubernativas y no gubernativas en la difusión de información, donde el propósito terminal es producir una impresión eficaz al interior de la sociedad científica.

La información interna es aquel que encierra a todos los otros modelos de datos, determinándose solo por tener validez dentro de una entidad o compañía. La finalidad de la información interna es la de conservar contacto entre los diferentes áreas de trabajo dentro de la empresa, en otras palabras tratar de organizar los sectores manteniendo así la unión y la misma productividad con respecto al trabajo.

De acuerdo con Aportela y Gallego (2015), puntualizan que la información interna es la producida y comprendida como conocimiento dentro de la corporación. Se comprende a aquello que sirve para situar de manifiesto la disposición del entorno o del sistema, sus metas o consecuencias y disminuir la incertidumbre a un procedimiento de decisión.

Es el tipo de control que agrupa y procesa datos e información de un organismo público, procedentes de origen interno y externo, analizándola adecuadamente, para la implementación de estrategias, evaluar la toma de decisiones, admitir el cumplimiento de los procedimientos y avalar el desarrollo de las tareas que se originan dentro de la entidad. Debe asegurarse su examen oportuno, justo y fiable, para convertirla en reportes precisos en la realización

eficaz y competente de las operaciones, y autorizar difusión y desplazamiento oportuno de los diferentes conjuntos de interés internos.

Esto forma el soporte al diseño, ejecución, valoración y mejora de los procesos y debe ser estimada como uno de los significativos recursos o activos de la entidad pública. Por lo cual, es preciso acceder a ella con urgencia y con facilidad, debiendo circular sin ninguna dificultad. La información interna conforma la base para instaurar la comunicación a nivel interno, y su investigación a los clientes externos y hacia la compañía. Se pueden determinar dos tipologías, la forma, que se consigue de la operación del ente público y se plasma en los reportes, información y demás formas de documento físico. Solicita para su elaboración la identificación y estructuración de distintos orígenes como el Manual de Operación, los procesos de la información que forman los diferentes procesos, los informes realizados, los acuerdos de reuniones, los registros contables y de ejecución, la intranet, entre otro. La información interna informal, por su parte se constituye con el capital intelectual de la empresa y se retribuye los conocimientos y hábitos de los funcionarios. Puesto que, potencial para la mejora institucional, este ejemplo de información requiere de un mayor esfuerzo para su producción, lo que exige a la institución a elaborar estrategias para incentivar a los funcionarios a concretarla, acreditarla y canalizarla en los medios de información. La información interna se perfecciona con la información externa, a fin de conseguir constituir la en el contexto institucional, accediendo a la ejecución de la gestión y dar cumplimiento al orden constitucional de cada entidad. Asimismo, la información se dirige y ordena con sensatez para la entidad pública en los métodos de información, lo cual la transforma en insumo primordial para poner en funcionamiento las diferentes funciones administrativas.

La información externa es calificada como una secuencia de datos adheridos de forma lógica, destinada a transformar el conocimiento de su destinatario, del mismo modo que moderar determinados procesos presentes en información. La información externa tiene su base en vías externas o análogas a la compañía o empresas, por lo tanto está siempre a la expectativa de ser aprovechada por cierto ente importante. Generalmente, este modelo de información está encaminada a resolver las dificultades que se presenten o

perfeccionar los procesos que se usan para poner en funcionamiento sus actividades laborales.

De tal modo Vega y Schutzler (2017), menciona que en términos generales, se halla una firme evidencia empírica que evidencia que el uso de fuentes externas de información constituye no solo un fenómeno en aumento, sino también una táctica estrechamente unido con el desarrollo de modernos productos y procesos.

La información externa es la que ingresa en una empresa o compañía, producida por distintas vías externas, en ocasiones simplemente circulando en el intermedio en la espera de ser empleadas por alguna empresa que sepa sacarle provecho para la resolución de problemas empresariales. Esta investigación debe ser apartada ya que no siempre se utiliza para todas las entidades de un mismo departamento o para todas sus secciones ni en todo instante, por eso debe ser analizada antes de ser obtenida. Para obtener, organizar, evaluar y mandar todos será preciso diseñar un eficaz sistema compuesto por individuos, herramientas y procesos. Este sistema de información proporcionará a los responsables del establecimiento en planificar, efectuar y dominar los proyectos marcados. Encontramos oposiciones entre la información externa e interna; la fundamental diferencia entre la información interna y la externa es que una está planteada para llegar a los usuarios y otra para los empleados de la institución. Esto se supone una evidencia. Aunque, hay una diferencia mucho mayor: los variados modelos que se emplean para cada tipo de comunicación.

Una compañía interna se diferencia escasamente de una externa. La variedad de formatos que se utilizaban, principalmente en una información externa, hace bastante tiempo que usan dentro de una institución. Un ejemplo importante de esto es el origen de videos informativos de todo tipo: desde modelo de resultados o servicios, datos sobre una forma nueva, sospechosa de amenazas profesionales, entre otros.

En el trabajo de estudio se presentó algunas teorías relacionadas a la variable business intelligence.

Conforme a, Calcagno (2019), expone la teoría de juegos en el cual se da una introducción a lo que se explica. Del mismo modo en su artículo, indica a Jon Von Neumann matemático húngaro y Oskar Morgentern economista alemán, que propusieron la teoría de juegos a modo de herramienta que admite comprender más a la medida el comportamiento humano frente a la toma de decisiones, esencialmente desde el ejercicio económico. Bajo esa hipótesis, la teoría de juegos se incluye al análisis de estrategias, examinando específicamente entender el comportamiento previsto y el comportamiento analizado de diversas personas interaccionadas con organizaciones formalizadas de estímulo, también llamados juegos.

Por ende, están al alcance de la mano inmensas porciones de datos e información independientemente aprovechable que nos permite alcanzar conocimiento, calcular variables, pensar y realizar grandes habilidades de negocios, que permitan incrementar nuestras retribuciones en varios de los juegos que nos propongamos, el Big Data, técnicas de web scraping y otros principios de información visible se pueden enlazar cabalmente con fuente de información interna que por lo general acumulamos en las bases de datos, para adquirir información y nociones de primera línea, en el mínimo de tiempo posible y con el objeto de que el conocimiento logre llegar a las individuos apropiadas para perfeccionar la toma de decisiones, dicho en otros términos, para que jueguen sus óptimos juegos.

Se convierte entonces en una ocupación principal en el desarrollo de toma de decisiones de modo estratégico, sistemático y operativo. La inteligencia de negocio, o en inglés, Business Intelligence (BI). Sin tener que ver el tamaño del procedimiento, la cantidad de empleados o los millones de dólares que transemos, las empresas que adhieren B.I. a sus procesos decisivos tienen una primacía comparativa de acuerdo a sus competidores y faculta a sus estrategias incrementar la rentabilidad de cada uno de sus juegos.

La toma de decisiones se transformó en motivo de investigación de diferentes especialidades facultadas en el acontecido siglo XX. Desde los años 50, cuantiosos investigadores, entre ellos se hallan Simon, March, Mintzberg, Manis, Moody, Huber, Choo y Pomerol, empezaron a investigar y analizar acerca de los

elementos y esenciales propiedades de este crecimiento en las asociaciones. De esta manera, surgieron estudios prácticos y académicos que trataron de contestar a las hipótesis establecidas sobre la toma de decisiones y mecánica de actividad (Rodríguez y Pinto, 2010).

Para Mallo y Racaford (2014), nos indican que la toma de decisiones es un procedimiento constante con el que los gestores de una organización afrontan cada día, ya que la entidad establece un proceso constante uniendo el presente con el futuro deseado. Es por ello que para tomar mejores decisiones en las entidades financieras debemos tener noción de las decisiones estratégicas, tácticas y operativas para un mejor nivel de éxito empresarial.

Considerando el aspecto citado por López, Salazar y Gil (2013), explica que tomar decisiones no es un asunto justo, más bien obedece a una lógica, a una sensibilidad y se ejecuta en un ambiente histórico y social preciso al cual la teoría del conocimiento quiere otorgarle su mirada crítica; la diversidad trata de continuar los hilos de su tejido de vínculos, hoy más complicadas que en la década del 70, de manera que las decisiones en entornos de incertidumbre no actúan por repetición, sino que requieren mayor creatividad y entendimiento fundado en los resultados de investigaciones, pero principalmente, en un ejercicio de entender las relaciones de un ambiente complejo

Según Millán, MonSegúntoya y Montoya (2015), muestran que los procedimientos no son métodos establecidos ni es un intercambio sistemático a seguir progresivamente por aquel quien toma las decisiones. El tipo de adecuación de las organizaciones origina una idea enérgica y de manera progresiva consintiendo ahondar en cortes de progreso cognoscitivo. En efecto, los motivos que admiten reconocer las acciones, averiguan obtener resultados beneficiosas para la empresa en su industria y con relación a la competitividad. Las determinaciones de tipo estratégico tienen una perspectiva a medio y a largo plazo, e involucran una renovación así misma, acostumbran afectar de forma transversal a todas las zonas de la empresa, con lo que consiguientemente conducen aparejadas un mayor empleo de recursos. Es la decisión más estricta y las tareas más primordiales de un director es tratar de optimizar o al menos, nuestra postura competitiva en el futuro. Precisan un cierto nivel de proactividad,

pues intentan de anticipar la visión de los primeros síntomas de un inconveniente de naturaleza estratégica, para ponerle fin apropiadamente, y contender sobre las potenciales alternativas a citado problema. Otra de las cualidades de este ejemplo de decisiones es que tienen la obligación de un análisis minucioso del entorno, sabiendo todos los métodos y diligencias que se elaboran en la compañía. Las juntas periódicas con los diferentes directores de cada área, favorecen esta área, así tal el intercambio de conocimientos y alternativas al conflicto estratégico determinado.

La decisión estrategia es la iniciación de todo, es el enfoque del futuro de la institución, que se constituye en los elementos ambientales externos, y en los elementos internos, donde precisamos los valores, visiones y misión de la institución. Las decisiones tomadas en el planteamiento estratégico son obligación de la alta jerarquía de la institución. En su mayoría por la Alta Dirección, dueño, CEO, gobernante o comité, eso obedece de cómo la empresa diferencia el nivel categórico de sus procesos. Las acciones se fundan pensando a largo plazo, habitualmente hechas para el transcurso de 5 a 10 años, que van al encuentro de una visión amplia de la empresa sin tareas muy detalladas, puesto que sería difícil atinar tantos detalles para un transcurso tan largo. Es importante acordarse que a causa de las acciones a largo plazo, el plan debe ser examinado y actualizado permanentemente, para que los informes sean más auténticos y sea útil como acontecimientos y datos para futuras tomas de decisiones. Este paso es fundamental para que no posea grandes diferenciaciones entre lo planeado y lo que se ha ejecutado.

De acuerdo con Jordán (2016), puntualiza que el análisis de escenarios son intentos de detallar con cierta minuciosidad una sucesión hipotética de hechos que puede dirigir a una realidad futura posible. Es un conjunto compuesto por los detalles de una situación futura y por la sucesión de hechos que admiten pasarse de la situación inicial a la situación futura. Son episodios que pueden favorecernos a reconocer y a adecuarnos a los aspectos diferentes del entorno presente, con la finalidad de distinguirlo de la predicción. Los escenarios son figuras impresionistas con respecto a posibles futuros que se elaboran asociando valores distintos en variadas variables causales. La ejecución de escenarios no se

encuentra restringida por la disponibilidad de pruebas que respalden la conexión de origen de las variables ni el importe de cada una de ellas. Se apoyan en asunciones momentáneas sobre referidas relaciones de causa, y ciertos escenarios pueden basarse inclusive en puntos de partida contrarios. La verificación y actualización regular que involucra esta técnica irá perfeccionando y contrastando la eficacia de las presunciones originarias.

Los análisis de escenarios autorizan atenuar estos miedos abasteciendo un marco lógico y repetible para la toma de decisiones en el contenido de los diferentes futuros posibles. El solo acto de elaborar escenarios nos obligará a desafiar nuestras hipótesis sobre el futuro. Al dar forma a las técnicas de negocio y al tomar decisiones fundamentándonos en los escenarios probables (no sólo los probables), podremos certificar de que las decisiones son eficaces, inclusive si los escenarios cambian

Para Agüero (2014), sostiene que la fidelización de un cliente es un concepto complicado, cargado de esmero debido a la honda crisis y a los potenciales competidores que cada vez se organizan más y mejor, buscan diferentes y novedosas opciones de negocio fundadas en estudios más profundos y precisos, empleando las nuevas tecnologías a su entorno para un mejor manejo del negocio. La estrategia de fidelización no solamente se ocupa de puntos, obsequios, descuentos, estímulos, más bien de la forma en que los métodos, tecnologías, conocimientos e interacciones que la organización establece para implementar una vinculación, más posibilidades existirán de conseguir la fidelización del cliente y notables serán las oportunidades de negocio.

La fidelización de clientes intenta que los clientes de los negocios de la organización sostengan vínculos beneficiosos sólidos y duraderos. La fidelidad se origina cuando impera una relación beneficiosa entre la conducta del socio ante la institución y su conducta de adquisición de los productos de la misma. Establece el contexto perfecto tanto como para la organización y por ende al consumidor. Este concepto se conecta con la cotidianidad del cliente para efectuar una compra o emplear un servicio, por lo que tiene una relación concreta con su nivel de bienestar, puesto que un elevado grado de satisfacción transforma la repetición

en fidelización; toda técnica o práctica que optimice el nivel de satisfacción favorece el resultado de la lealtad del cliente y, por esa razón, su fidelización. Se pretende conseguir la interés del cliente y apartar a cualquier competidor mediante la calidad del artículo o servicio conforme a las carencias del cliente, el valor añadido que reciba el cliente, las relaciones públicas o alguna otra técnica de fidelización.

Según, Núñez, Guitart y Baraza (2015), aseveran que las decisiones tácticas se identifican por ser decisiones más organizadas, comunes y repetitivas, con consecuencias más a medio o corto plazo (hasta dos años, aproximado). Su propósito es planear la producción para complacer la demanda del mercado y, de esta forma, maximizar los utilidades de la organización. Se refieren de igual forma a las decisiones concernientes a la realización y control de la producción, con el propósito de descubrir desviaciones entre lo verificado y lo planeado y poder tomar las pertinentes acciones correctas, tanto como la estructura de los planes así realización como sobre la realización de los mismos.

En tanto que las decisiones estratégicas se extienden para toda la institución, la decisión táctica tiene una intervención más restringida, a nivel departamental, implicado a veces solamente un procedimiento de punta a punta. Las decisiones tácticas son los encargados de crear metas y escenarios para que las acciones determinadas en las decisiones tácticas sean logradas. Por considerarse una planificación más concreta, las decisiones son capaces de ser tomadas por personas que ejercen funciones entre la alta gerencia y el operacional, como dirigentes de la directiva y gerentes. Otra cualidad que difiere la decisión táctica es el periodo que las acciones se asignan, generalmente en la fase de 1 a 3 años calculando acciones para un porvenir más cercano que el propósito en las decisiones estratégicas, cabe señalar, a mediano plazo. Los planes comienzan a ser más minuciosos, y podemos indicar que la planificación táctica es la desintegración de las decisiones estratégicas, que explica e interpreta el plan estratégico para transformarlo en planes concretos.

Las decisiones que se asumen a un nivel táctico se hallan en un punto medio entre las estratégicas y las operativas. Su espacio breve se encuentra a través del corto y mediano plazo, disfrutando de mayor posición que las

decisiones estratégicas, podría expresarse que son un ejemplo de decisiones puente o vínculo entre el resultado de los propósitos estratégicos estables por el directivo, en el cual tratan de solucionar dificultades y conflictos que van apareciendo en momentos puntuales. De este modo se indica que las tácticas se colocan de manifiesto en casos definidos. Los directivos deben de estudiar constantemente el entorno.

Seguidamente, Casahuaman y Lujan (2015), citan que el escenario para un proyecto de agencia bancaria continuamente llega a ser estratégica ya que se trata de hallar una zona beneficiosa o una zona con gran afluencia de clientes, o que se planea tenerla. Las agencias bancarias se dispersan a lo largo de una localidad, pues tiene como intención atraer la mayor cantidad de clientes y complacer su deseo de cercanía con la empresa. Para ésta clase de proyectos el territorio es seleccionado al interior de una urbanización con terreno completo, con servicios y asfaltado de calles y veredas. Su ingreso es fácil y, generalmente, extenso (uso de avenidas), es de topografía y variedad de suelo cambiante, según la urbanización. Las agencias bancarias por ser oficinas, tienen espacios limitados y espacios expansivos que en su mayoría muestran doble altura. En consecuencia, usan un método compuesto de placas y aporticado. Se pueden emplear losas macizas y placas en torno a las bóvedas, para certificar la seguridad de estas.

En el Perú se hayan abundantes entidades bancarias y cooperativa de crédito, repartidas no solo en la urbe de Lima aunque también entre de las importantes ciudades del país; en ellas podemos efectuar infinidad de actividades comerciales y financieras de las cuentas de ahorros o tarjetas de crédito, de este modo también ejecutar la compra y venta de dólares a un tipo de cambio del dólar al día. En general, los usuarios de una entidad bancaria sostienen una afectuosa relación con la sucursal, no obstante, al día de hoy, ser capaz de optar por distintas opciones a la hora de comunicarse con la financiera; esto es, que pueden efectuar las ejecuciones financieras que deseen por medio de internet (lo que se entiende como banca electrónica) o por medio de la línea telefónica.

Para Nole (2015), explica que las operaciones para la cobranza envuelven gran trascendencia, dado a que instruyen a la acreedora para refinanciar su

dinero, conservar la magnitud de las ventas e incrementar costumbres de cancelación puntualmente en la clientela. Es esencial para la reputación de cualquier organización que negocia al crédito, cualquier que sea la extensión del negocio, sus ganancias penden esencialmente del tiempo y la continuidad de la financiación. El factor principal es el de lograr el cumplimiento de sus responsabilidades, conseguir y así poder alcanzar la seguridad económica que toda empresa anhela.

La cobranza radica en la recuperación de los préstamos otorgados anticipadamente por una empresa, normalmente Industrial, Monetario, Financiera, o Prestamista de Servicio actividad, que se ejecuta en todos los naciones del mundo. En líneas generales, por cobranza se describe a la recaudación o recolección de algo, habitualmente dinero, en concepto de la compra o el desembolso por el empleo de cierto servicio. El estilo de la cobranza puede realizarse por una persona en nombre de la institución que ofrece servicio en razón ejercida por una institución bancaria, lo que se sabe popularmente como cobranza bancaria. Quien se hace cargo de realizar el cobro se llama cobrador y una vez reconocido con la ropa de la compañía o bien con cierto credencial oficial publicada por la empresa que representa, procede lo que se llama una visitada por aquellas zonas previamente establecidos por lo que se hará efectivo el pago, es decir en efectivo, por medio de un cheque o en la manera de pago que se haya concretado cuando se hizo el compromiso. Por otro lado, la cobranza bancaria es una prestación que un banco les facilita a sus clientes, para gestionar de arreglo a instrucciones, la cobranza o la aprobación de documentos, bancarios o comerciales.

El principal beneficio que consigue la cobranza bancaria es que por un lado le concederá al exportador no dejar llevarse por aquellos patrimonios que han sido ya almacenados y están dispuestos para reunirse con sus nuevos propietarios y por otra parte, le consiente al importador saber a tiempo cuando se origina la llegada de los recursos. Siendo así, el banco actuará las veces de guardián de los bienes hasta que se valide el pago de los mismos y consigan ser proporcionados a quien corresponda.

Por otra parte, Peña (2016), nombra que las decisiones operativas son las que se adquieren de forma constante en la asociación, son más frecuentes, son encargados de los mandos intermedios, y pocas veces una decisión operativa expone el futuro de la asociación. Son por estos motivos por las que la dirección general brinda más interés a las decisiones estratégicas que las operativas. Pesar de ello, si bien es evidente que cada decisión operativa individualmente no es de gran consideración, es la agrupación de todas estas decisiones las que varias veces tiene un efecto superior que otras decisiones significativas. Una asociación debe ocuparse tanto en detallar su estrategia como de ponerla en ejecución por medio de variadas pequeñas decisiones. De modo que la dirección general debe encargarse de las dos clases de decisiones. Comprender la operativa habitual de su compañía es señal de excelencia directiva. Le facilita a un directivo saber los inconvenientes con las que se enfrenta su equipo en el día a día. Da seguridad entre su gente de que en el tiempo en que la dirección toma decisiones considera los posibles problemas para poder establecerlos. Pues, el directivo que no sabe el día a día operativo de su negocio, no se informa de lo que está sucediendo y no transmite certidumbre en su gente.

Las decisiones de tendencia operativa avalan a las dificultades que se afrontan los directivos en el día a día. Tiene una trascendencia a corto plazo. Son las que se emplean en la grado más bajo de los dirigentes de la organización, por este motivo necesita un manejo muy delicado. Las decisiones operativas son más determinantes que las decisiones estratégicas, las dificultades de esta clase de decisión perjudican a una zona particular de la compañía. De este modo, podría indicarse que las decisiones operativas se obtienen como defensa a los problemas que aparecen, y por ese motivo se distinguen al interior de un proceso reactivo. Una de las cualidades que tienen casi en su totalidad las decisiones operativas es su forma de repetición, asentándose en el largo plazo de forma habitual y soluciones en común y acuerdo ante los mismos o dificultades similares.

Las decisiones operativas es en el cual donde salen los hechos y metas proyectadas por el nivel táctico para conseguir los propósitos de las decisiones estratégicas. En esta decisión los implicados son aquellos que realizan las

acciones que se designan a corto plazo, habitualmente en un lapso de 3 a 6 meses. En este lugar, todas las categorías de la empresa están incluidos y protegen el rastreo de la rutina, certificando que todas las labores y operaciones se establezcan, en común acuerdo con las disposiciones establecidas, preocupándose por obtener los resultados concretos. Es importante interpretar que una planificación estratégica no retirará de la labor si los métodos del nivel táctico y operativo no son bien señalados, por tanto es un procedimiento constituido e interdependiente. Todas las categorías son obligatorias: El estratégico para adiestrar la visión, el táctico para expandir esa visión en técnicas de acción mínimos, y el operacional para conducir los planes a la realización. De manera que, las planificaciones deben implicar a la mayoría de la empresa y es un estímulo para que los individuos se comprometan con el éxito.

Conforme a Morelo (2014), infiere que son datos que abarca la información del cliente, y aprueban precisar de forma específica y puntual lo que es un servicio exclusivo desde su perspectiva. Estos datos estipulan nuevos métodos acerca de motivaciones, flujos, dominio de influencia y de cordialidad, por ello se podrá estimar si los ofrecimientos son apropiados a los perfiles porcentuales más elevados. También se conseguirá saber sus prácticas de compra: días, itinerario, servicios, nivel de categoría, maneras de pago, sectores, etc. Y por último establecer sus requerimientos o preferencias dentro de un grado de valores: calidad, marcas, costos, cuidado, servicios. La palabra cliente admite hacer referencia a la persona que aprueba un artículo o servicio a partir de un desembolso. Cliente puede ser empleado, según el circunstancia, como sinónimo de usuario (el individuo que utiliza el servicio) o comprador (que compra un artículo o servicio).

Para poder reconocer a los compradores es preciso tener algunas normas que permitan determinar su perfil, tales como: las tipologías demográficas, condición de vida, motivaciones, temperamento, valores, creencias, cualidades, perspicacia y aprendizaje. La identificación de clientes radica en fragmentar y subdividir a los usuarios en labor de su perfil, conductas y escaseces; para planear y ejecutar una táctica concreta y especificada por subgrupo, por tanto es fundamental para lograr una beneficio competitivo que permita aprovechar al

máximo el vínculo con cada uno de ellos, relacionarse con el más alto número de clientes, y si es permitido, canibalizar a los rivales, disfrazando su área de dominio y reduciendo su cuota de mercado.

Según Avellanera (2015), propone que colocación bancaria también señalado como crédito bancario, es una prestación de dinero que un Entidad bancaria concede a su cliente, con la responsabilidad de que en el futuro, el cliente reintegrará dicho préstamo en forma progresiva, por medio del pago en partes, o en un solo pago y con una ganancia agregada que retribuye al prestamista por el tiempo que no poseyó ese dinero. Abarca las cuotas que consignan los préstamos por la plata puesto a colocación de los clientes bajo diferentes maneras autorizadas, en uso al giro especializado de cada empresa, procedentes de recursos privados, de los comprobantes del público en garantía y de otros canales de financiamiento.

Las colocaciones bancarias de acorde al concepto habitual, se puntualiza con la facultad que tiene el moroso de percibir del prestamista alguna artículo, en la medida que haya seguridad con el acuerdo de pago o reintegro. Desde el enfoque financiero, el crédito es un procedimiento o intercambio de peligro en tanto que el solicitante (prestamista) deposita la permuta de una caución en el receptor del crédito o adeudado (prestador), con la certeza que este último ejecutará en el futuro con sus compromisos de abonar el fondo obtenido (liquidación de la adeudo), más las utilidades pactadas estratégicamente (servicio de la deuda).

A continuación se describirán, algunas teorías concernientes a la variable toma de decisiones.

Para diversos autores, la hipótesis de la toma de decisiones se data a la presunción de la determinación conductual y la renta de los costos transaccionales. De acuerdo con, Leiber (2016), se distinguen muchas fuerzas que influyen en las decisiones, incluso las características o el temperamento de quienes toman las decisiones, el conocimiento organizativo y el argumento en la que se toma la decisión, el ámbito externo y la calidad de la decisión que se está obligado a tomar. La adecuada teoría de toma de decisiones ha avanzado a lo largo del tiempo.

En otras términos, el caso de que las transacciones se establezcan dentro de una sociedad o entre sociedades independientes es una variable de determinación y que la forma elegida va a estar pendiente de los costos de transacción de cada elección, lo que al mismo tiempo implica tener vigente las características aparente de la transacción, los factores de conducta causantes de la manifestación de las fricciones de comportamiento y la consecuencia ultimadamente en las estructuras institucionales.

Con el propósito de reconocer en qué nivel ha favorecido Business Intelligence y toma de decisiones, se expone el siguiente problema en cuestión:

¿Qué relación existe entre Business Intelligence y toma de decisiones en Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, 2019?

Conforme a la problemática ya señalada se manifiesta los siguientes problemas específicos:

¿Qué relación existe entre Business Intelligence y decisiones estratégicas en Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, 2019?

¿Qué relación existe entre Business Intelligence y decisiones tácticas en Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, 2019?

¿Qué relación existe entre Business Intelligence y decisiones operativas en Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, 2019?

Referente a la justificación teórica es que:

El actual trabajo de investigación es ahora la primordial herramienta para comprender las tendencias del mercado y su adecuada posición con respecto a sus competidores tanto públicos como privados. La Inteligencia de Negocios BI (Business Intelligence) es un mecanismo por lo que diversos tipos de instituciones, pueden mantenerse la toma de decisiones, sustentadas en información exacta y puntual; garantizando el origen del conocimiento preciso que permita elegir la opción que quede más ventajosa para el logro de la empresa. Es por eso, que con Business Intelligence se pueden crear escenarios, que otorgará a los usuarios poder examinar y aprovechar la información a partir de diferentes posibilidades consiguiendo incluso plantear sus propios informes acorde a sus

peticiones al tener a disposición toda la información de las diferentes áreas. Son diversas las empresas que se han favorecido por la implementación de un método de Business Intelligence, de igual forma se convertirá en una necesidad para todas las empresas así mismo el incremento en la validez en la toma de decisiones.

De acuerdo con el estudio de investigación posee como posterior justificación práctica, que:

El actual trabajo se efectuó en las Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, 2019, siendo esencial disponer de información que proporcione a los directivos de las empresas tomar decisiones a nivel estratégico en su institución. Para ello, las empresas, disponen de un conjunto de aplicaciones para poder efectuar los procesos del nivel operativo, que establecen las funcionalidades básicas de la empresa, también disponer de información cronológica que permita examinar diferentes periodos y poder registrar tendencias. Asimismo, se anula el periodo perdido que se ocasiona al intentar elaborar consultas que se encuentran en diversas fuentes y formatos distintos teniendo como objetivo determinar la actividad empresarial, contribuir con información de vital importancia para identificar los errores de la empresa y también para generar acciones futuras en la medición de beneficios que debe servir para la ventaja no solo particular sino a nivel empresarial.

Por último, conforme a la justificación metodológica se concluyó que:

Para conseguir los resultados de la investigación, se aplicó el método científico para generar nuevos conocimientos que pueden ser examinados por la ciencia. Por ende, se logrará obtener objetivos que permiten determinar cómo Business Intelligence se conecta con la toma de decisiones en las Cooperativas de ahorro y crédito, ya que así se podrá recabar datos que servirán para analizar los términos generales de la toma de decisión mediante estrategias de negocio.

La investigación realizada muestra la siguiente hipótesis general:

Existe relación entre Business Intelligence y toma de decisiones en Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, 2019.

El presente estudio muestra las siguientes hipótesis específicas:

Existe relación entre Business Intelligence y decisiones estratégicas en Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, 2019,

Existe relación entre Business Intelligence y decisiones tácticas en Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, 2019,

Existe relación entre Business Intelligence y decisiones operativas en Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, 2019,

Como objetivo general tenemos:

Determinar el nivel de relación entre Business Intelligence y toma de decisiones en Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, 2019.

Y para eso, tenemos que indicar como objetivos específicos:

Determinar el nivel de relación entre Business Intelligence con las decisiones estratégicas en Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, 2019.

Determinar el nivel de relación entre Business Intelligence con las decisiones tácticas en Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, 2019.

Determinar el nivel de relación entre Business Intelligence con las decisiones operativas en Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, 2019.

II. MÉTODO

2.1. Tipo y diseño de investigación

21.1. Enfoque.

El actual tema es de enfoque cuantitativo, dado que los resultados se consiguen luego de utilizar los cuestionarios a la muestra de investigación, se miden numéricamente, usando como apoyo el software estadístico SPSSv.24, de modo que cada variable es evaluada y se consiga un grado de respuestas que establecen la relación existente o no existente entre Business Intelligence y toma de decisiones en las Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, 2019.

Ñaupas, Mejía, Novoa y Villagómez (2014), mencionan que se identifica por manejar metodologías y estrategias cuantitativas y por ello está asociado con la medición. Los datos cuantitativos están formados para recopilar datos definidos, como cifras, estos datos son estructurados y estadísticos.

21.2 Tipo.

La tesis realizada es una investigación de tipo básica, dado que se busca complementar las investigaciones ya existentes con respecto a Business Intelligence y toma de decisiones, con la intención que el tema ejecutado valga como futuro soporte en el mejoramiento de estos temas tan imprescindible en el entorno mundial y nacional.

Por ello, Espinoza (2014), define que el estudio de tipo básica tiene como intención extender el conocimiento científico a partir del análisis del manejo de los fenómenos de la situación.

21.3. Nivel.

El texto es de nivel descriptivo – correlacional, debido que establece la clase de semejanza existente que hay con la variable 1 (Business Intelligence) y la variable 2 (toma de decisiones).

Asimismo, Hernández, Fernández y Baptista (2014), refieren que la investigación descriptiva intenta calcular o recopilar informes de modo autónomo o agrupado acerca de las definiciones o las variantes a las que se exponen, el

propósito no es mostrar cómo se relacionan éstas. También nos dicen que es correlacional porque se relacionan las variables a través de un patrón previsible para un conjunto o poblado.

214. Diseño.

Es de diseño no experimental, porque no vamos a manipular de manera deliberada la variable 1 Business Intelligence, ni la variable 2 toma de decisiones.

De este modo, Montoya y Cogollo (2018), afirman que se trata de investigaciones que se efectúan sin maniobrar con intención las variables. En este sentido, se recopilan datos del contexto sin obrar un método de experimento.

215. Corte.

Es de corte transversal porque se centraliza en examinar cual es el nivel de una o diferentes variables en un tiempo determinado o también cuál es la relación entre las variables en un punto dado.

Bottaro (2014), define que prácticamente son estudios descriptivos que analizan una muestra derivada de una población para señalar cuantos miembros en esta población están afectados por una cierta situación.

2.2. Operacionalización de variables

Variable 1: Business Intelligence

La variable Business Intelligence es de clase cualitativa y se opera con tres dimensiones tales como minería de datos, reglas de negocio y visibilidad de información. Igualmente, conformado por ocho indicadores para precisar los 18 ítems, mediante la escala de Likert de cálculo ordinal.

Variable 2: Toma de decisiones

La variable toma de decisiones es de clase cualitativa y se opera con dos dimensiones tales como decisiones estratégicas, tácticas y operativas. Igualmente, conformado por seis indicadores para precisar los 17 ítems, con la ayuda de la escala de Likert de cálculo ordinal.

2.1.1. Cuadro de operacionalización

Tabla 1.

Business Intelligence y toma de decisiones en Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, 2019.

VARIABLES	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICION	INSTRUMENTO
Business Intelligence	Es la combinación de prácticas, capacidades y tecnologías usadas por las compañías para recopilar e integrar la información, aplicar reglas del negocio y asegurar la visibilidad de la información en función de una mejor comprensión del mismo y, en última instancia, para mejorar el desempeño (Muñoz, Osorio, y Zúñiga, 2016, p. 195).	Business Intelligence se clasifica en tres dimensiones tales como recopilación e integración de información llamado esta (minería de datos), reglas de negocio y visibilidad de información, ya que ahorrará elevadas sumas de dinero a la organización y se obtendrá mayores oportunidades de negocio.	Minería de datos	Recopilación de los datos	Escala de Likert Nunca Casi nunca Algunas veces Casi siempre Siempre	Cuestionario
				Extracción de información		
				Reconocimiento de patrones		
			Reglas de negocio	Reglas de modelo de datos	Escala de Likert Nunca Casi nunca Algunas veces Casi siempre Siempre	Cuestionario
				Reglas de restricción		
				Reglas de relación		
			Visibilidad de la información	Información interna	Escala de Likert Nunca Casi nunca Algunas veces Casi siempre Siempre	Cuestionario
				Información externa		

Toma de decisiones	Es un procedimiento constante con el que los gestores de una organización afrontan cada día, ya que la entidad establece un proceso constante uniendo el presente con el futuro deseado. Es por ello que para tomar mejores decisiones en las entidades financieras se debe tener noción de las decisiones estratégicas, tácticas y operativas para un mejor nivel de éxito empresarial (Mallo y Racaford, 2014).	La toma de decisiones se agrupan en tres categorías: decisiones estratégicas, tácticas y operativas, ya que estas sirven para crear un conocimiento que ayuda tomar mejores decisiones en la cooperativa y optimizar los procedimientos que se llevan a cabo en ella.	Decisiones estratégicas	Análisis de escenarios	Escala de Likert Nunca Casi nunca Algunas veces Casi siempre Siempre	Cuestionario
				Fidelización de cliente		
			Decisiones tácticas	Ubicación de agencias	Escala de Likert Nunca Casi nunca Algunas veces Casi siempre Siempre	Cuestionario
				Técnicas de cobranzas		
			Decisiones operativas	Perfil del cliente	Escala de Likert Nunca Casi nunca Algunas veces Casi siempre Siempre	Cuestionario
				Colocaciones		

2.3. Población, muestra y muestreo

231. Población.

La población está compuesta por todas las cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, con el informe entregado por la Municipalidad del distrito, la materia a investigar es de 14 cooperativas de ahorro y crédito.

Arias, Villasís y Miranda (2016), señalan que la población de estudio es un grupo de casos, definido, restringido y asequible, que constituirá el referido para la selección de la muestra, y que plasma con un conjunto de criterios establecidos. En otros términos, la población es la recolección de un grupo, elementos, artículos o sujetos que se benefician de características frecuentes a fin de examinarlos y de esta manera obtener conclusiones concretas para comprobar sus resultados.

232 Muestra.

Los autores, Corral, Corral y Franco (2015), indican que una muestra es apropiada cuando el tamaño es correcto y su calidad manifiesta a la población. Es decir, es la unión de temas sustraídos de una población, escogido por una forma de muestreo.

La muestra es de categoría censal, ya que en el proyecto se toma a todas las unidades de la población, obteniendo como muestra a los 42 encuestados en Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho que la constituye, teniendo en cuenta dicha cantidad como un número manipulable de sujetos.

Criterio de inclusión: En la presente investigación se consideró 2 personas por cada Cooperativa de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, la selección fue entre Gerentes y Directivos.

233. Muestreo.

Para el informe de investigación se ha manejado un tipo de muestreo no probabilístico.

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

241. Técnicas de recolección de datos.

Causado, García, Martínez y Herrera (2015), explican que los datos o información que se recopilan serán por intermedio de prueba de hipótesis, se contestan las interrogaciones de estudio y se alcanzan los propósitos originados del problema de estudio. Estos datos deben ser confiables, por tanto, deben ser apropiados y suficientes, el cual es

esencial especificar las fuentes, técnicas conformado para su recolección y el tiempo aplicable del instrumento.

Se usa como técnica de recolección de datos a la encuesta, por lo cual permite recopilar datos de ambas variables. Las técnicas es el procedimiento empleado para recoger información adquirida que sea adecuado para la aplicación del análisis del objeto de la investigación.

242 Instrumentos de recolección de datos.

Los instrumentos se trazaron bajo la modalidad de cuestionario de acuerdo a la escala de Likert con 5 categorías de respuesta, se adquirirá la información de las variables y además lograr determinar la causa del proyecto que se está realizando.

Michalus, Sarache y Hernández (2015), nos dicen que el juicio de los expertos se utilizará para establecer aquellos dominios (variable) de las que someta el proceso futuro del problema. Se puede usar tanto cuestionarios cerrados como abiertos (o semiabiertos). Para esto, es obligatorio trazar un cuestionario que abarque las preguntas y conceder cuantiosa información sobre la metodología y los procesos establecidos.

Ficha técnica de la variable Business Intelligence

Nombre: Cuestionario para medir la variable Business Intelligence en Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, 2019.

Autor: Nickoll Stefanny Rodriguez Reyes

Año: 2019

Objetivo: Conocer el nivel de Business Intelligence en Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, 2019.

Contenido: Está realizado por 18 ítems, organizados en tres dimensiones y 8 indicadores.

Administración: Individual

Calificación: En el cuestionario de Business Intelligence se elabora por medio de cinco potenciales respuestas (1, 2, 3, 4, 5), tomadas de la escala Likert.

Seguidamente, se muestra en la tabla 2 la clasificación de respuestas:

Tabla 2.

Calificación y puntuación del cuestionario de la variable business intelligence

Alternativas	Puntuación	Afirmación
1	1	Nunca
2	2	Casi nunca
3	3	Algunas veces
4	4	Casi siempre
5	5	Siempre

Fuente: Elaboración propia.

Ficha técnica de la variable toma de decisiones

Nombre: Cuestionario para medir la variable toma de decisiones en Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, 2019.

Autor: Nickoll Stefanny Rodriguez Reyes

Año: 2019

Objetivo: Conocer el nivel de toma de decisiones en Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, 2019.

Contenido: Está llevado a cabo por 17 ítems, organizados en tres dimensiones y 6 indicadores.

Administración: Individual

Calificación: En el cuestionario de toma de decisiones se elabora por medio de cinco potenciales respuestas (1, 2, 3, 4, 5), tomadas de la escala Likert.

Seguidamente, se muestra en la tabla 3 la codificación de respuestas:

Tabla 3.

Calificación y puntuación del cuestionario de la variable toma de decisiones

Alternativas	Puntuación	Afirmación
1	1	Nunca
2	2	Casi nunca
3	3	Algunas veces
4	4	Casi siempre
5	5	Siempre

Fuente: Elaboración propia.

243. Validez.

Al respecto, Rivera, Flores, Alpuche y Martínez (2017), expresan que la validez representa al nivel en la cual la certidumbre y la teoría afirman los análisis de los resultados de una prueba para las usanzas planteados del estudio.

Validez de contenido: Para Martínez y March (2015), se refieren principalmente al grado en que un instrumento interpreta a los distintos elementos que se intentan recolectar de un constructo teórico. Esta clase de validez consiste en señalar si realmente se relacionan los indicadores desarrollados con cada ítem o pregunta del cuestionario elaborado.

Validación del constructo: En cuanto a Aravena, Moraga, Cortes y Manterola (2014), definen que pertenece al primordial tipo de validez, ya que, intenta hacer alusión a la elaboración de evidencia empírica que pruebe la efectividad del constructo en asunto. Es decir, se examina que el investigador manipule el tema seleccionado y las preguntas a efectuar, de tal modo que se logren conseguir la medición de las respuestas de forma educada.

Validez de expertos: En este caso, Pedrosa, Suárez y García (2014), señalan que estos métodos se identifican por referir con un número de expertos que exponen los ítems o dimensiones que deben conceder el constructo de interés o calculan los distintos ítems en función de su alcance y representativa, con base a una escala tipo Likert, y presentan juicios sobre el grado entre los elementos y los contenidos que han de ser analizados.

Juicio de expertos

Se consiguió aprobar por un juicio de expertos la veracidad de mi instrumento usado, recogido de los datos adquiridos de mi investigación.

Esta aprobación se elaboró por 4 pedagogos conocedores que fueron responsables de certificar el instrumento: consiste en 1 docente metodológico y 3 docentes temáticos que probaron el instrumento como aplicable en su fiabilidad.

Tabla 4.

Juicio de expertos

Expertos	Grado	Especialista
Jose Luis Fernández Dávila Villafuente	Doctor	Metodólogo
Marcelo Gonzales Matos	Magister	Temático
Juan Manuel Ponce Caceda	Magister	Temático
Nancy Campos Huamán	Magister	Temático

Del estudio de la anterior tabla, podemos deducir la evaluación total del instrumento. Con respecto al criterio del experto analizado, se logra una evaluación aprovechable por lo tanto fue registrado verídico.

La autenticidad del fundamento se plasmó a través de V de Aiken. Asimismo, García y García (2014), afirman que es una de las técnicas que logra ponderar el alcance de cada ítem acerca de un dominio de contenido exponiendo por N jueces.

Los resultados, a través del coeficiente V de Aiken, mostraron un amplio grado de acuerdo entre los jueces con intervalos de confianza del 90%.

Tabla 5.

Validez de contenido por V de Aiken

		J1	J2	J3	Media	DE	V Aiken	Interpretación de la V
	Relevancia	4	4	4	4	0.00	1.00	Valido
ITEM 1	Pertinencia	3	4	4	3.8	0.45	0.93	Valido
	Claridad	3	4	3	3.2	0.45	0.73	Valido
	Relevancia	3	3	4	3.2	0.45	0.73	Valido
ITEM 2	Pertinencia	4	3	3	3.2	0.45	0.73	Valido
	Claridad	3	3	4	3.2	0.45	0.73	Valido
	Relevancia	3	4	3	3.4	0.55	0.80	Valido
ITEM 3	Pertinencia	4	3	4	3.6	0.55	0.87	Valido
	Claridad	3	2	3	3.2	0.84	0.73	Valido
	Relevancia	3	3	4	3.2	0.45	0.73	Valido
ITEM 4	Pertinencia	3	4	3	3.2	0.45	0.73	Valido
	Claridad	3	3	4	3.2	0.45	0.73	Valido
	Relevancia	3	4	4	3.4	0.55	0.80	Valido
ITEM 5	Pertinencia	3	4	3	3.4	0.55	0.80	Valido
	Claridad	4	3	3	3.2	0.45	0.73	Valido
	Relevancia	3	3	3	3.2	0.45	0.73	Valido

ITEM 6	Pertinencia	3	4	3	3.2	0.45	0.73	Valido
	Claridad	4	4	3	3.2	1.30	0.73	Valido
	Relevancia	3	3	3	3.2	0.45	0.73	Valido
ITEM 7	Pertinencia	4	3	3	3.2	0.45	0.73	Valido
	Claridad	3	2	4	3.2	0.84	0.73	Valido
	Relevancia	2	4	3	3.2	0.84	0.73	Valido
ITEM 8	Pertinencia	2	4	3	3.2	0.84	0.73	Valido
	Claridad	3	3	4	3.2	0.84	0.73	Valido
	Relevancia	2	4	3	3.2	0.84	0.73	Valido
ITEM 9	Pertinencia	3	3	4	3.2	0.45	0.73	Valido
	Claridad	4	3	3	3.2	0.45	0.73	Valido
	Relevancia	3	3	3	3.2	0.45	0.73	Valido
ITEM 10	Pertinencia	4	4	3	3.4	0.55	0.80	Valido
	Claridad	3	3	3	3.2	0.45	0.73	Valido
	Relevancia	3	4	3	3.2	0.45	0.73	Valido
ITEM 11	Pertinencia	3	3	3	3.2	0.45	0.73	Valido
	Claridad	4	3	3	3.2	0.45	0.73	Valido
	Relevancia	4	3	3	3.2	0.45	0.73	Valido
ITEM 12	Pertinencia	3	3	3	3.2	0.45	0.73	Valido
	Claridad	4	3	3	3.4	0.55	0.80	Valido
	Relevancia	4	3	2	3.4	0.89	0.80	Valido
ITEM 13	Pertinencia	4	3	3	3.2	0.45	0.73	Valido
	Claridad	3	3	4	3.4	0.55	0.80	Valido
	Relevancia	4	3	3	3.2	0.45	0.73	Valido
ITEM 14	Pertinencia	4	3	2	3.4	0.89	0.80	Valido
	Claridad	3	3	4	3.2	0.45	0.73	Valido
	Relevancia	4	3	3	3.2	0.45	0.73	Valido
ITEM 15	Pertinencia	3	3	4	3.4	0.55	0.80	Valido
	Claridad	4	3	3	3.4	0.55	0.80	Valido
	Relevancia	4	3	3	3.4	0.55	0.80	Valido

ITEM 16	Pertinencia	3	3	4	3.2	0.45	0.73	Valido
	Claridad	3	3	3	3.2	0.45	0.73	Valido
	Relevancia	4	3	3	3.2	0.45	0.73	Valido
ITEM 17	Pertinencia	4	3	3	3.2	0.45	0.73	Valido
	Claridad	4	3	3	3.4	0.55	0.80	Valido
	Relevancia	4	3	4	3.4	0.55	0.80	Valido
ITEM 18	Pertinencia	3	3	4	3.2	0.45	0.73	Valido
	Claridad	4	3	3	3.4	0.55	0.80	Valido
	Relevancia	4	3	3	3.4	0.55	0.80	Valido
ITEM 19	Pertinencia	4	3	4	3.4	0.55	0.80	Valido
	Claridad	4	3	2	3.2	0.84	0.73	Valido
	Relevancia	2	3	3	3.2	0.84	0.73	Valido
ITEM 20	Pertinencia	3	4	4	3.4	0.55	0.80	Valido
	Claridad	2	3	4	3.2	0.84	0.73	Valido
	Relevancia	4	3	2	3.4	0.89	0.80	Valido
ITEM 21	Pertinencia	4	3	4	3.2	0.84	0.73	Valido
	Claridad	4	3	3	3.2	0.84	0.73	Valido
	Relevancia	2	3	4	3.2	0.84	0.73	Valido
ITEM 22	Pertinencia	4	4	3	3.4	0.55	0.80	Valido
	Claridad	4	3	3	3.2	0.84	0.73	Valido
	Relevancia	3	3	4	3.2	0.84	0.73	Valido
ITEM 23	Pertinencia	4	3	3	3.4	0.55	0.80	Valido
	Claridad	2	3	4	3.2	0.84	0.73	Valido
	Relevancia	3	3	4	3.4	0.55	0.80	Valido
ITEM 24	Pertinencia	4	3	2	3.2	0.84	0.73	Valido
	Claridad	4	3	3	3.4	0.55	0.80	Valido
	Relevancia	2	3	4	3.2	0.84	0.73	Valido
ITEM 25	Pertinencia	4	3	3	3.4	0.55	0.80	Valido
	Claridad	4	3	3	3.2	0.45	0.73	Valido
	Relevancia	3	3	4	3.4	0.55	0.80	Valido

ITEM 26	Pertinencia	4	3	2	3.2	0.84	0.73	Valido
	Claridad	3	3	4	3.2	0.45	0.73	Valido
	Relevancia	3	3	4	3.2	0.45	0.73	Valido
ITEM 27	Pertinencia	4	3	3	3.4	0.55	0.80	Valido
	Claridad	4	3	3	3.4	0.55	0.80	Valido
	Relevancia	3	3	4	3.6	0.55	0.87	Valido
ITEM 28	Pertinencia	4	3	4	3.6	0.55	0.87	Valido
	Claridad	2	3	4	3.2	0.84	0.73	Valido
	Relevancia	3	3	3	3.2	0.45	0.73	Valido
ITEM 29	Pertinencia	4	3	4	3.6	0.55	0.87	Valido
	Claridad	3	3	3	3.2	0.45	0.73	Valido
	Relevancia	3	3	4	3.4	0.55	0.80	Valido
ITEM 30	Pertinencia	4	3	3	3.4	0.55	0.80	Valido
	Claridad	2	3	3	3.2	0.84	0.73	Valido
	Relevancia	3	3	3	3.2	0.45	0.73	Valido
ITEM 31	Pertinencia	4	3	4	3.6	0.55	0.87	Valido
	Claridad	3	3	3	3.2	0.45	0.73	Valido
	Relevancia	3	3	4	3.4	0.55	0.80	Valido
ITEM 32	Pertinencia	4	3	2	3.2	0.84	0.73	Valido
	Claridad	3	3	4	3.2	0.45	0.73	Valido
	Relevancia	3	3	4	3.6	0.55	0.87	Valido
ITEM 33	Pertinencia	4	3	4	3.6	0.55	0.87	Valido
	Claridad	2	3	4	3.2	0.84	0.73	Valido
	Relevancia	3	3	4	3.4	0.55	0.80	Valido
ITEM 34	Pertinencia	4	3	2	3.2	0.84	0.73	Valido
	Claridad	3	3	4	3.2	0.45	0.73	Valido
	Relevancia	3	3	3	3.2	0.45	0.73	Valido
ITEM 35	Pertinencia	4	3	4	3.6	0.55	0.87	Valido
	Claridad	3	3	3	3.2	0.45	0.73	Valido

Nota. J1, J2, J3 jueces. IA índice de aceptabilidad. V validez

Como vemos, los magistrados en general diagnosticaron que si cumple el instrumento con el valor para su utilización puesto que comprenden elevada coherencia, pertinencia y claridad para el muestrario de la investigación. Igualmente se consideró las observancias halladas en la demostración; permaneciendo válido los instrumentos para ser trabajados en la muestra elegida.

2.4.4. Confiabilidad.

Para lograr estimar el instrumento de confiabilidad, iniciamos a utilizar la prueba de estadística de Alfa de Cronbach, pues con este se logrará atribuir lo verídico y así desarrollarlo en la presente investigación.

Su fórmula estadística es la siguiente:

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right]$$

Donde:

K: El número de ítems

$\sum S_i^2$: Sumatoria de Varianzas de los Ítems

S_t^2 : Varianza de la suma de los Ítems

α : Coeficiente de Alfa de Cronbach

De este modo usamos el instrumento fiable, debido a que se efectúa una observación de estabilidad interna de nuestra Alfa de Cronbach, a nivel de las variables del estudio (Business Intelligence y toma de decisiones) y el general (ambas variables). Lo que comprobamos que cada nivel se halló sobre el rango de fiabilidad a 0.8 que se está requiriendo.

Yuni y Urbano (2014), indican que la confiabilidad es el alcance del instrumento para mostrar resultados o medidas que pertenezcan a la situación que se intenta dominar. Sus características contienen la precisión de la medición y la estabilidad de la medición en distintos tiempos.

Con afinidad a la confiabilidad es el nivel de exactitud y conexión de las resultas que se han conseguido, de tal modo que si empleamos

consecutivamente el instrumento provoca igual afinidad, dado que esta confiabilidad es bastante significativo porque nos ayuda a comprobar si el resultado es conforme o no es conforme para el estudio que se está presentando para emplearlo con el SPSS y conseguir un resultado confiado o no confiado.

Tabla 6.

Rangos de Fiabilidad

Criterio	Rango
No es confiable	-1 a 0
Baja confiabilidad	0,01 a 0,49
Moderada confiabilidad	0,50 a 0,75
Fuerte confiabilidad	0,76 a 0,89
Alta confiabilidad	0,90 a 1

Fuente: Hernández *et al.* (2018). *Metodología de la investigación*.

Interpretación:

En la Tabla 6, se aprecia los niveles y los juicios de la credibilidad, donde el rango de -1 a 0 no es confiable, el de 0,01 a 0,49 baja confiabilidad, el de 0,50 a 0,75 moderada confiabilidad, el de 0,76 a 0,89 fuerte confiabilidad y el de 0,90 a 1 alta confiabilidad.

Se elaboró los datos y los resultados que presentó el programa estadístico respectivamente a la confiabilidad, son:

Tabla 7.

Análisis de fiabilidad de Business Intelligence y toma de decisiones

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,897	35

Interpretación:

La tabla 7 muestra el coeficiente encontrado de los 35 ítems de la variable Business Intelligence y toma de decisiones 0,897 apreciado de altamente confiable en base a la tabla 6.

Tabla 8.

Análisis de fiabilidad de Business Intelligence

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,803	18

Interpretación:

La tabla 8 señala el coeficiente encontrado de los 18 ítems de la variable Business Intelligence 0,803 considerado de fuertemente confiable en base a la tabla 6.

Tabla 9.

Análisis de fiabilidad de toma de decisiones

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,811	17

Interpretación:

La tabla 9 demuestra el factor encontrado de los 17 ítems de la variable toma de decisiones 0,811 estimado en gran medida fidedigna en base a la tabla 6.

2.5. Procedimiento

Se seguirá para recoger los datos que corresponde a los pasos siguientes:

- Desarrollo de los cuestionarios en base a la operacionalización de las variables en línea con los objetivos del estudio.
- Visita de acuerdo al cronograma para encuestar.
- Aplicación del cuestionario para medir la variable.

2.6. Métodos de análisis de datos

Para garantizar el adecuado procedimiento de la data proveniente del cuadro de análisis creado para este estudio de datos impuesta en las Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, se empleó el procedimiento de análisis de datos SPSS V.24 con un grado de confiabilidad

valorada al 95%, para eso se emplea la prueba de hipótesis con el propósito de investigar si la condición hallada del determinado universo en consecuencia la compatibilidad con lo que se examina en la muestra del población estadística en cuestión; usando la prueba de Tau b de Kendall para así encontrar si ciertamente existe o no correlación entre una y otra variable.

Estadística descriptiva: Se usa para fijar la deducción de las reiteraciones descriptivas en relación a la información obtenida en la utilidad de los instrumentos de recopilación de datos, tomando en cuenta el nivel adecuado del propósito trabajado.

Los datos derivados por medio de la aplicación de las técnicas e instrumentos previamente anunciados, acudiendo a las fuentes igualmente ya convenientes.

Acerca de las informaciones mostradas como gráficos y cuadros, se expondrán juicios objetivos.

2.7. Aspectos éticos

Al efectuar la investigación, se está acatando con la moral profesional, desde el principio del trabajo con los preceptos moral y social mediante las reglas por el código de ética del alumno Vallejano. En el informe investigado se dispuso alcanzar los principios de imparcialidad para concretar lógica, Competitividad profesional de los argumentos que se adquirieron, Confiabilidad para predecir las primordiales variables a algo auténtico y al final el acuerdo moral profesional.

III. RESULTADOS

3.1. Resultados descriptivos

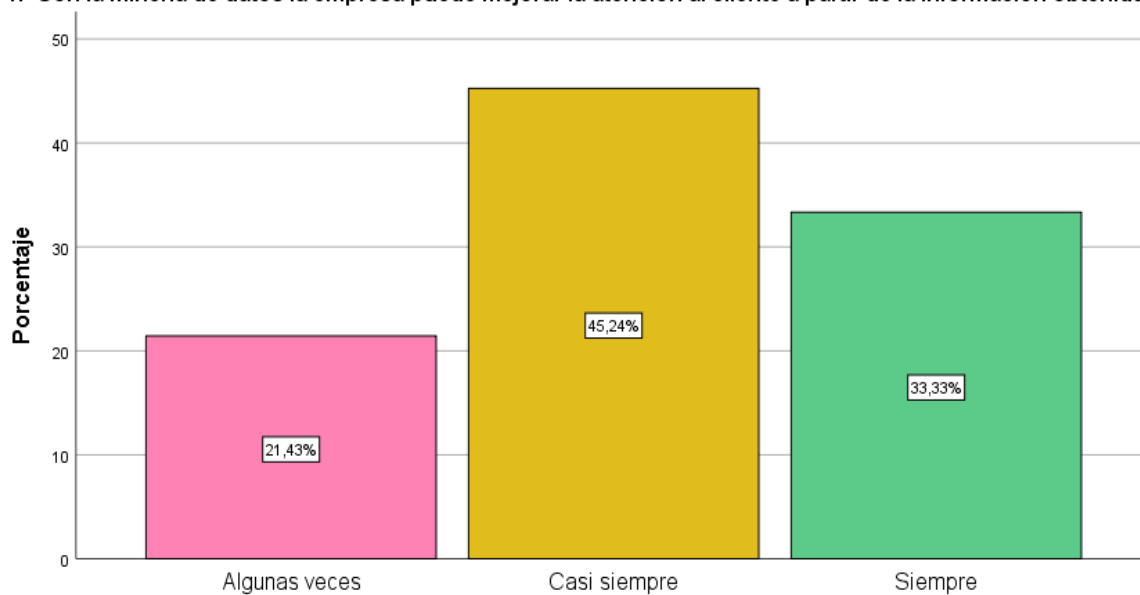
3.1.1. Tabla de frecuencia por Ítem

Tabla 10.

1.- Con la minería de datos la empresa puede mejorar la atención al cliente a partir de la información obtenida

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Algunas veces	9	21,4	21,4	21,4
	Casi siempre	19	45,2	45,2	66,7
	Siempre	14	33,3	33,3	100,0
	Total	42	100,0	100,0	

1.- Con la minería de datos la empresa puede mejorar la atención al cliente a partir de la información obtenida



1.- Con la minería de datos la empresa puede mejorar la atención al cliente a partir de la información obtenida

Figura 1. Con la minería de datos la empresa puede mejorar la atención al cliente a partir de la información obtenida

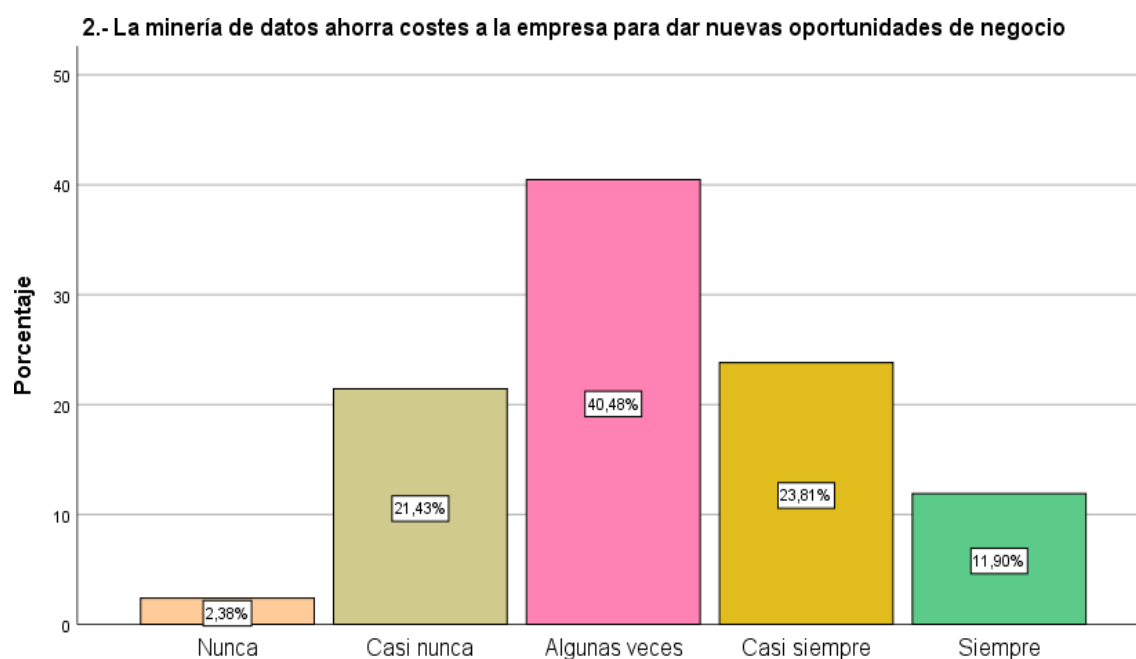
Interpretación:

Acorde a la Tabla 10 y Figura N° 1 de los 42 encuestados de las Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, mostraron un 21,43% algunas veces, un 45,24% casi siempre y un 33,33% siempre.

Tabla 11.

2.- La minería de datos ahorra costes a la empresa para dar nuevas oportunidades de negocio

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	1	2,4	2,4	2,4
	Casi nunca	9	21,4	21,4	23,8
	Algunas veces	17	40,5	40,5	64,3
	Casi siempre	10	23,8	23,8	88,1
	Siempre	5	11,9	11,9	100,0
	Total	42	100,0	100,0	



2.- La minería de datos ahorra costes a la empresa para dar nuevas oportunidades de negocio

Figura 2. La minería de datos ahorra costes a la empresa para dar nuevas oportunidades de negocio

Interpretación:

La Tabla 11 y Figura N° 2 de los 42 encuestados de las Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, mostraron un 2,38% nunca, un 21,43% casi nunca, un 40,48% algunas veces, un 23,81% casi siempre y un 11,90% siempre.

Tabla 12.

3.- La calidad de los datos es la clave del éxito de un almacén de datos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	1	2,4	2,4	2,4
	Algunas veces	8	19,0	19,0	21,4
	Casi siempre	21	50,0	50,0	71,4
	Siempre	12	28,6	28,6	100,0
	Total	42	100,0	100,0	

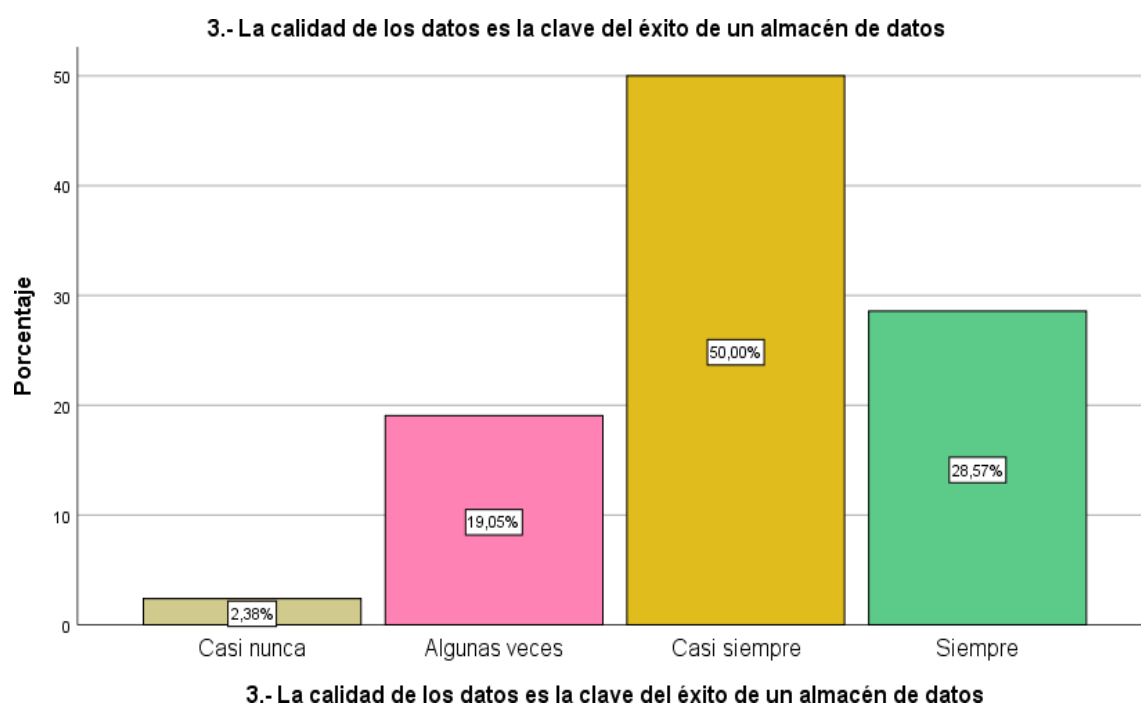


Figura 3. La calidad de los datos es la clave del éxito de un almacén de datos

Interpretación:

En la Tabla 12 y Figura N° 3 de los 42 encuestados de las Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, mostraron un 2,38% casi nunca, un 19,05% algunas veces, un 50,00% casi siempre y un 28,57% siempre.

Tabla 13.

4.- Resultan eficaces las técnicas de minería de datos incorporadas en la empresa

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	1	2,4	2,4	2,4
	Algunas veces	2	4,8	4,8	7,1
	Casi siempre	8	19,0	19,0	26,2
	Siempre	31	73,8	73,8	100,0
	Total	42	100,0	100,0	

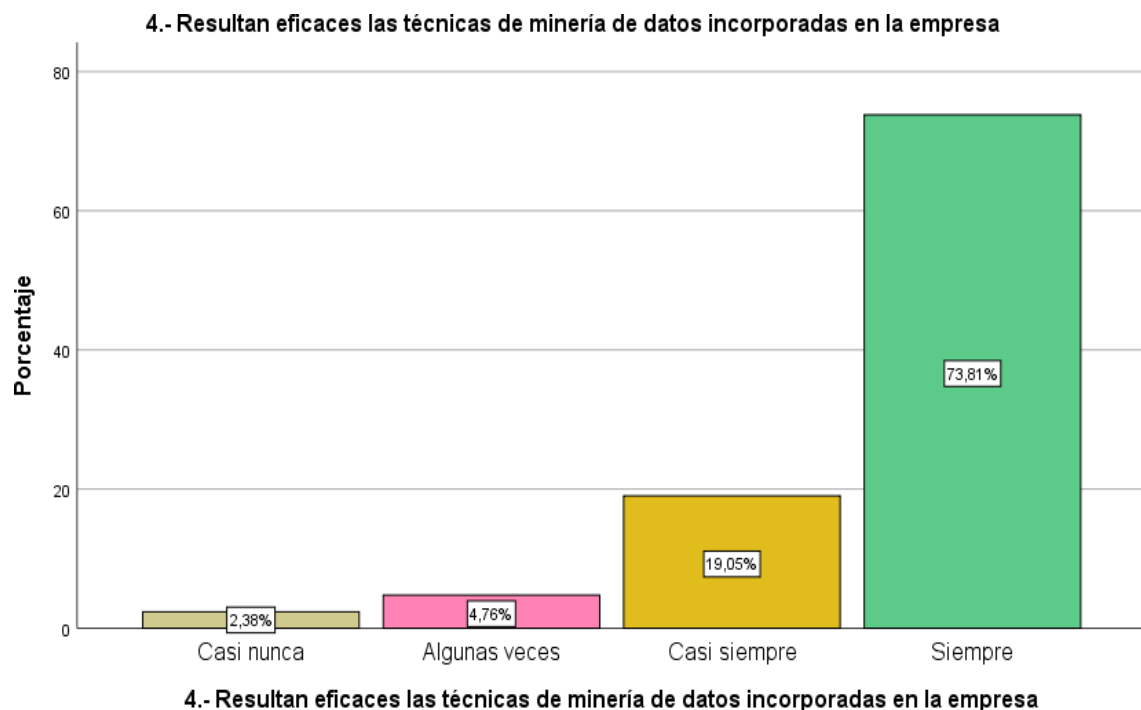


Figura 4. Resultan eficaces las técnicas de minería de datos incorporados en la empresa

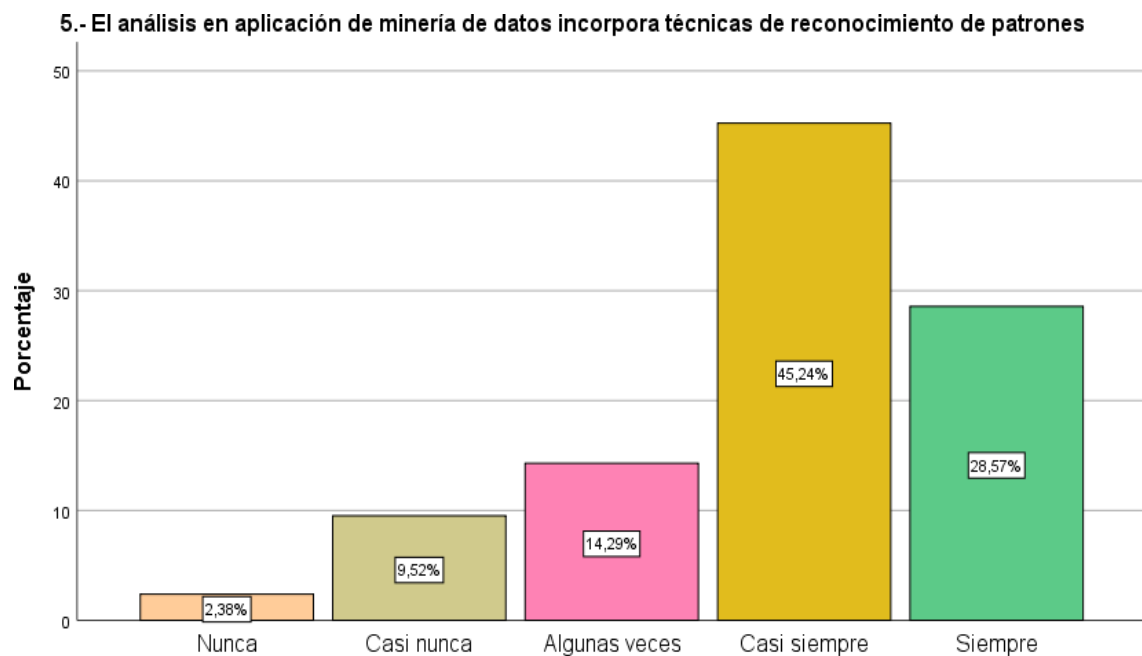
Interpretación:

Nos muestra la Tabla 13 y Figura N° 4 de los 42 encuestados de las Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, mostraron un 2,38% casi nunca, un 4,76% algunas veces, un 19,05% casi siempre y un 73,81% siempre.

Tabla 14.

5.- El análisis en aplicación de minería de datos incorpora técnicas de reconocimiento de patrones

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	1	2,4	2,4	2,4
	Casi nunca	4	9,5	9,5	11,9
	Algunas veces	6	14,3	14,3	26,2
	Casi siempre	19	45,2	45,2	71,4
	Siempre	12	28,6	28,6	100,0
	Total	42	100,0	100,0	



5.- El análisis en aplicación de minería de datos incorpora técnicas de reconocimiento de patrones

Figura 5. El análisis en aplicación de minería de datos incorpora técnicas de reconocimiento de patrones

Interpretación:

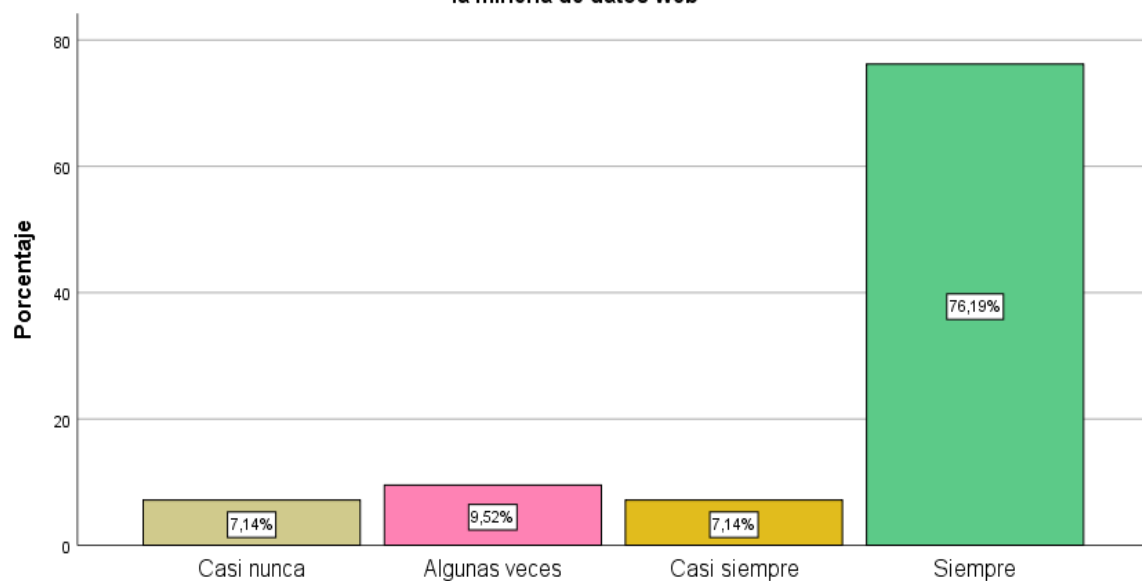
Según la Tabla 14 y Figura N° 5 de los 42 encuestados de las Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, mostraron un 2,38% nunca, un 9,52% casi nunca, un 14,29% algunas veces, un 45,24% casi siempre y un 28,57% siempre.

Tabla 15.

6.- A partir del uso de la minería de datos surgen nuevas aplicaciones como la minería de textos como también la minería de datos web

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	3	7,1	7,1	7,1
	Algunas veces	4	9,5	9,5	16,7
	Casi siempre	3	7,1	7,1	23,8
	Siempre	32	76,2	76,2	100,0
	Total	42	100,0	100,0	

6.- A partir del uso de la minería de datos surgen nuevas aplicaciones como la minería de textos como también la minería de datos web



6.- A partir del uso de la minería de datos surgen nuevas aplicaciones como la minería de textos como también la minería de datos web

Figura 6. A partir del uso de la minería de datos surgen nuevas aplicaciones como la minería de textos como también la minería de datos web

Interpretación:

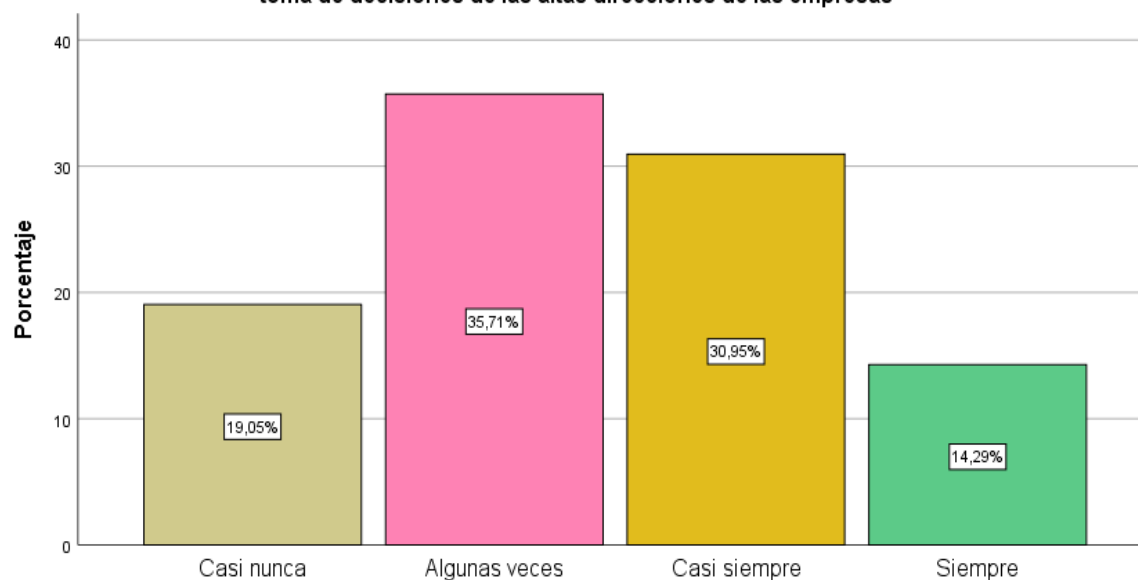
Esta Tabla 15 y Figura N° 6 de los 42 encuestados de las Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, mostraron un 7,14% casi nunca, un 9,52% algunas veces, un 7,14% casi siempre, y un 76,19% siempre.

Tabla 16.

7.- La minería de datos como herramienta de búsqueda de información se utiliza como sistema de apoyo a la toma de decisiones de las altas direcciones de las empresas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	8	19,0	19,0	19,0
	Algunas veces	15	35,7	35,7	54,8
	Casi siempre	13	31,0	31,0	85,7
	Siempre	6	14,3	14,3	100,0
	Total	42	100,0	100,0	

7.- La minería de datos como herramienta de búsqueda de información se utiliza como sistema de apoyo a la toma de decisiones de las altas direcciones de las empresas



7.- La minería de datos como herramienta de búsqueda de información se utiliza como sistema de apoyo a la toma de decisiones de las altas direcciones de las empresas

Figura 7. La minería de datos como herramienta de búsqueda de información se utiliza como sistema de apoyo a la toma de decisiones de las altas direcciones de las empresas

Interpretación:

Dicha Tabla 16 y Figura N° 7 de los 42 encuestados de las Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, mostraron un 19,05% casi nunca, un 36,71% algunas veces, un 30,95% casi siempre y un 14,29% siempre.

Tabla 17.

8.- Las normas establecidas están alineadas a las políticas de la empresa

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Algunas veces	1	2,4	2,4	2,4
	Casi siempre	8	19,0	19,0	21,4
	Siempre	33	78,6	78,6	100,0
	Total	42	100,0	100,0	

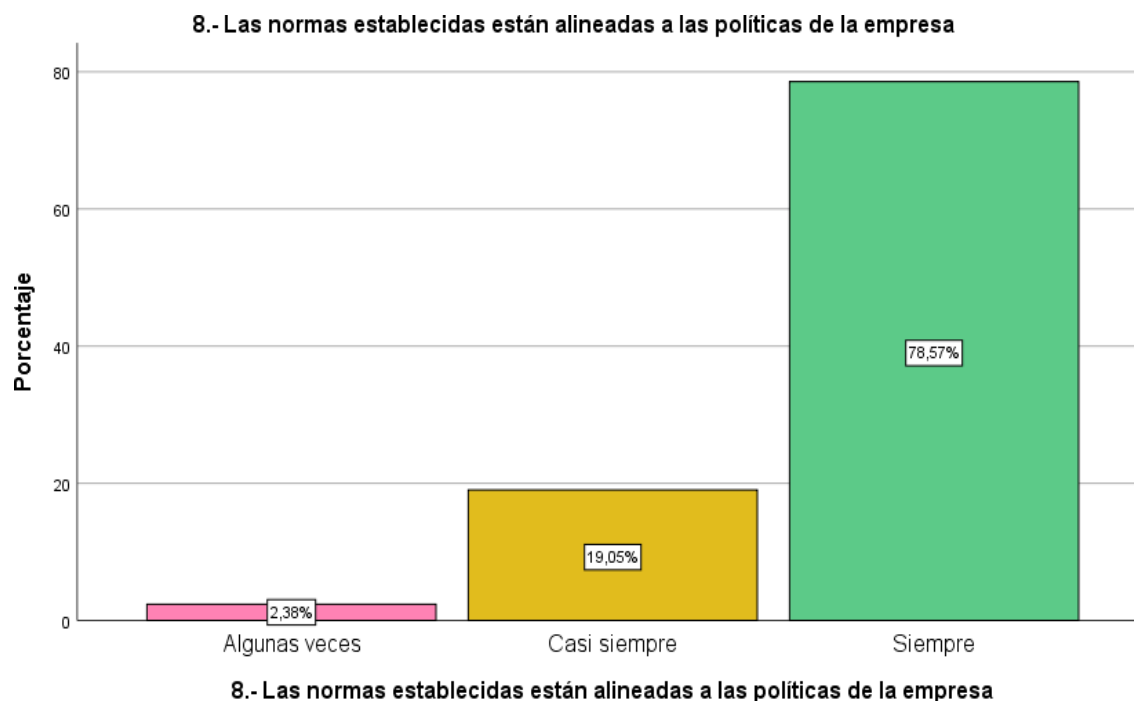


Figura 8. Las normas establecidas están alineadas a las políticas de la empresa

Interpretación:

Para la Tabla 17 y Figura N° 8 de los 42 encuestados de las Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, nos muestra un 2,38% algunas veces, un 19,05% casi siempre y un 78,57% siempre.

Tabla 18.

9.- Los gestores definen las reglas mediante un excelente análisis de sus procesos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Algunas veces	6	14,3	14,3	14,3
	Casi siempre	22	52,4	52,4	66,7
	Siempre	14	33,3	33,3	100,0
	Total	42	100,0	100,0	

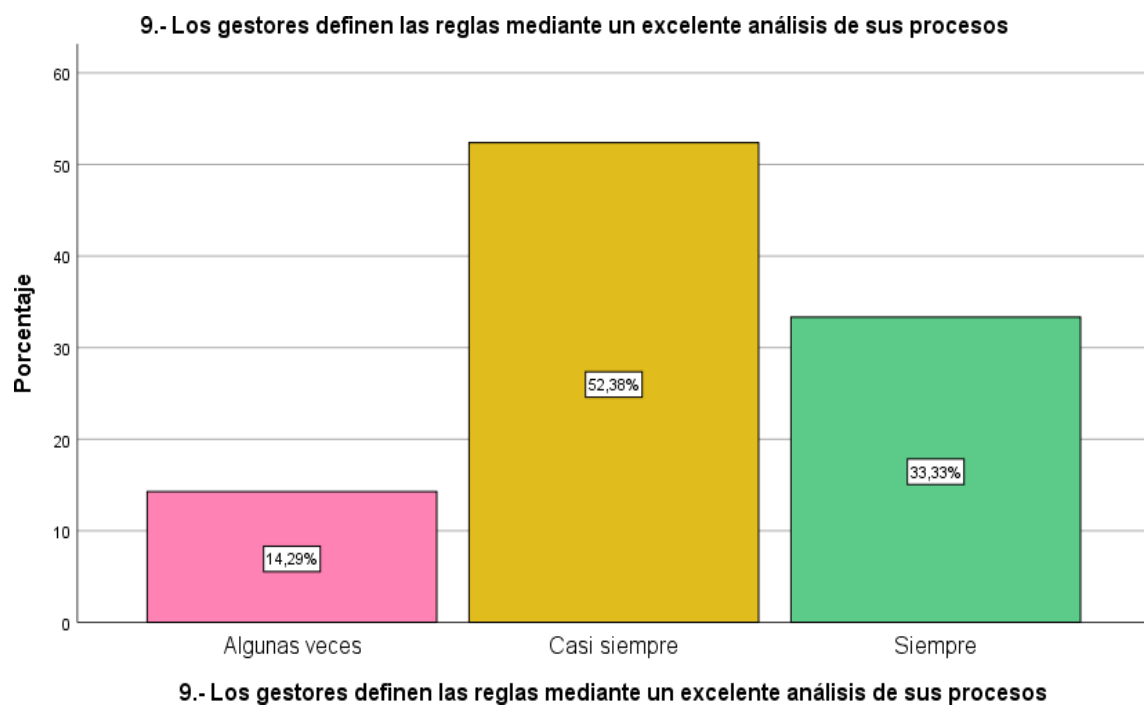


Figura 9. Los gestores definen las reglas mediante un excelente análisis de sus procesos

Interpretación:

Se muestra en la Tabla 18 y Figura N° 9 de los 42 encuestados de las Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, que un 14,29% algunas veces, un 52,38% casi siempre y un 33,33% siempre.

Tabla 19.

10.- Para que estas reglas de negocio funcionen es necesario que utilicen la tecnología de un software especializado

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Algunas veces	6	14,3	14,3	14,3
	Casi siempre	22	52,4	52,4	66,7
	Siempre	14	33,3	33,3	100,0
	Total	42	100,0	100,0	

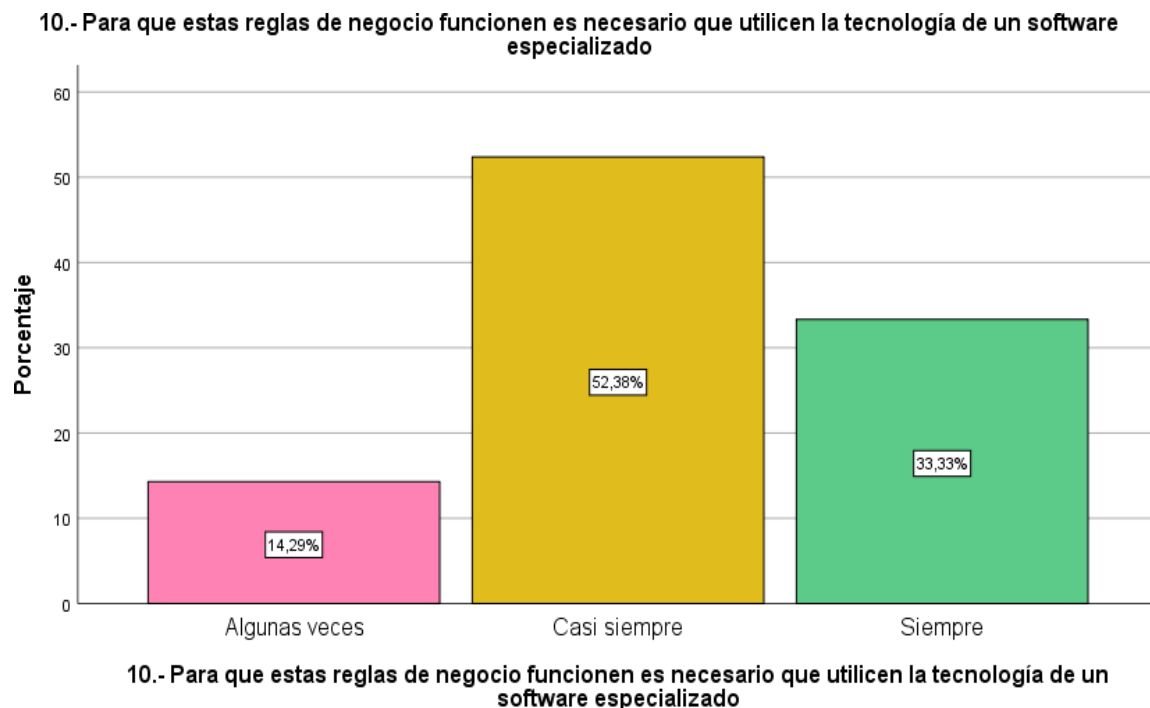


Figura 10. Para que estas reglas de negocio funcionen es necesario que utilicen la tecnología de un software especializado

Interpretación:

En la Tabla 19 y Figura N° 10 de los 42 encuestados de las Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, mostraron un 14,29% algunas veces, un 52,38% casi siempre y un 33,33% siempre.

Tabla 20.

11.- Se controla eficazmente la evolución de la ejecución presupuestaria

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	1	2,4	2,4	2,4
	Algunas veces	8	19,0	19,0	21,4
	Casi siempre	19	45,2	45,2	66,7
	Siempre	14	33,3	33,3	100,0
	Total	42	100,0	100,0	

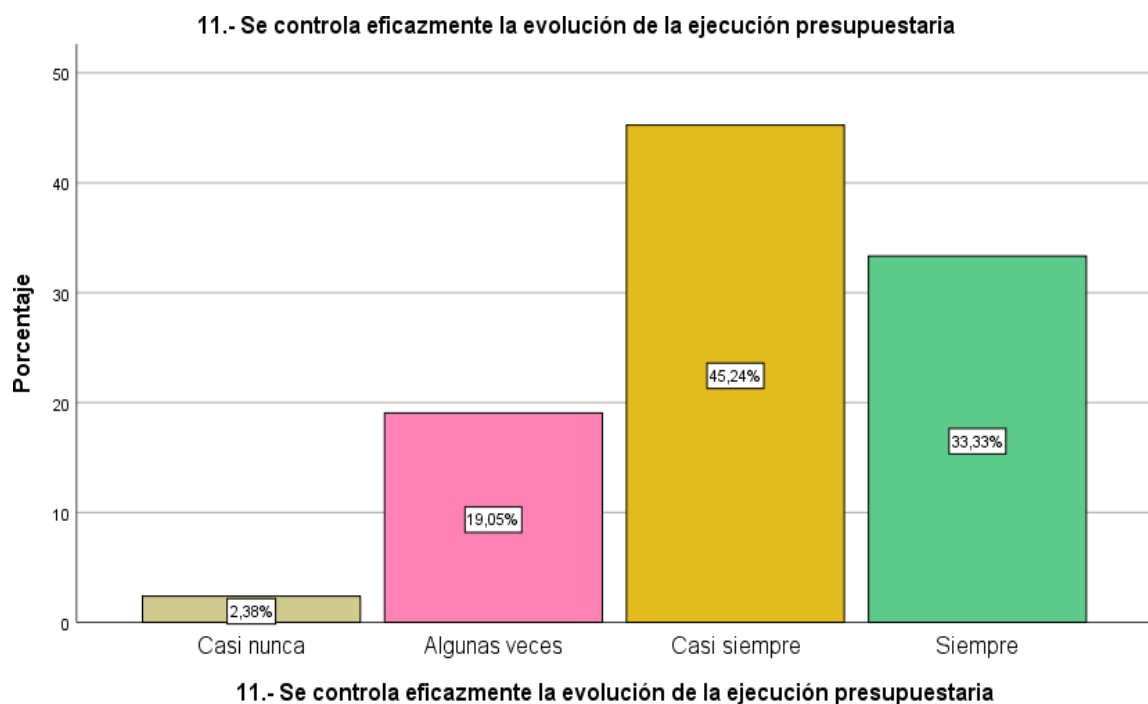


Figura 11. Se controla eficazmente la evolución de la ejecución presupuestaria

Interpretación:

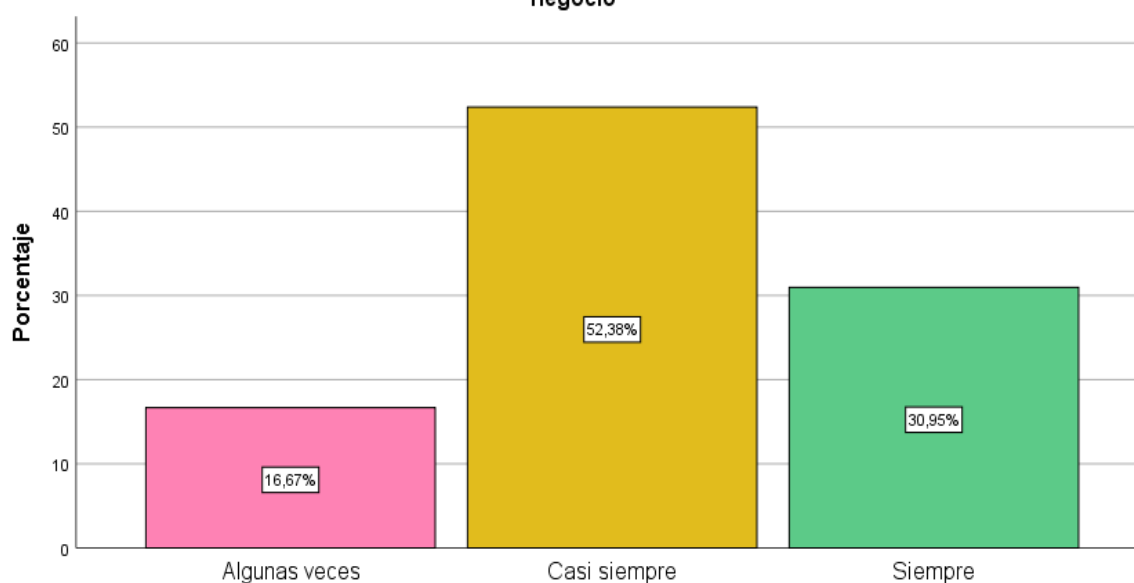
Dicha Tabla 20 y Figura N° 11 de los 42 encuestados de las Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, muestra un 2,38% casi nunca, un 19,05% algunas veces, un 45,24% casi siempre y un 33,33% siempre.

Tabla 21.

12.- Implementan un organigrama funcional en la empresa con sus funciones teniendo en cuenta las reglas de negocio

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Algunas veces	7	16,7	16,7	16,7
	Casi siempre	22	52,4	52,4	69,0
	Siempre	13	31,0	31,0	100,0
	Total	42	100,0	100,0	

12.- Implementan un organigrama funcional en la empresa con sus funciones teniendo en cuenta las reglas de negocio



12.- Implementan un organigrama funcional en la empresa con sus funciones teniendo en cuenta las reglas de negocio

Figura 12. Implementan un organigrama funcional en la empresa con sus funciones teniendo en cuenta las reglas de negocio

Interpretación:

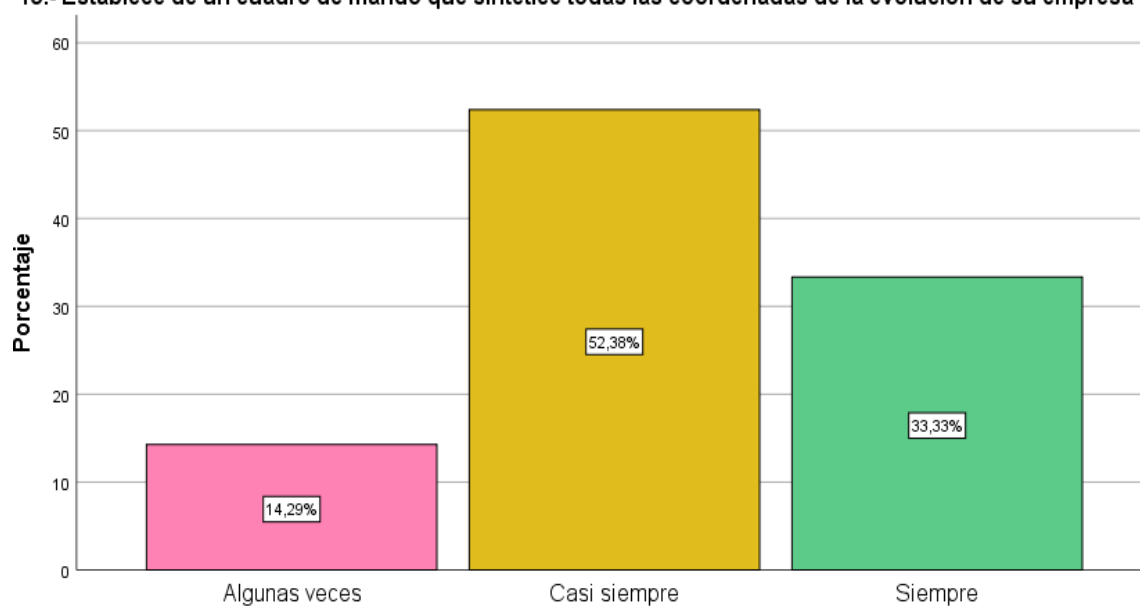
Según Gráfica 21 y Figura N° 12 de los 42 encuestados de las Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, mostraron un 16,67% algunas veces, un 52,38% casi siempre y un 30,95% siempre.

Tabla 22.

13.- Establece de un cuadro de mando que sintetice todas las coordenadas de la evolución de su empresa

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Algunas veces	6	14,3	14,3	14,3
	Casi siempre	22	52,4	52,4	66,7
	Siempre	14	33,3	33,3	100,0
	Total	42	100,0	100,0	

13.- Establece de un cuadro de mando que sintetice todas las coordenadas de la evolución de su empresa



13.- Establece de un cuadro de mando que sintetice todas las coordenadas de la evolución de su empresa

Figura 13. Establece de un cuadro de mando que sintetice todas las coordenadas de la evolución de su empresa

Interpretación:

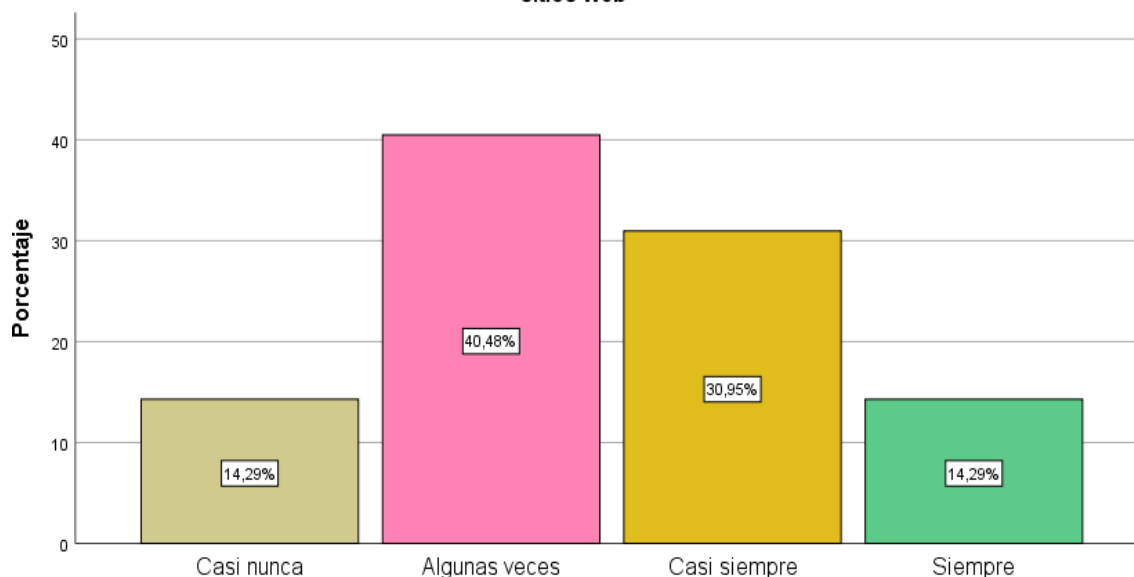
Según la Tabla 22 y Figura N° 13 de los 42 encuestados de las Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, mostraron un 14,29% algunas veces, un 52,38% casi siempre y un 33,33% siempre.

Tabla 23.

14.- Los navegadores facilitan la accesibilidad a los usuarios para hacer más visible la información de sus sitios web

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	6	14,3	14,3	14,3
	Algunas veces	17	40,5	40,5	54,8
	Casi siempre	13	31,0	31,0	85,7
	Siempre	6	14,3	14,3	100,0
	Total	42	100,0	100,0	

14.- Los navegadores facilitan la accesibilidad a los usuarios para hacer más visible la información de sus sitios web



14.- Los navegadores facilitan la accesibilidad a los usuarios para hacer más visible la información de sus sitios web

Figura 14. Los navegadores facilitan la accesibilidad a los usuarios para hacer más visible la información de sus sitios web

Interpretación:

En este Gráfico 23 y Figura N° 14 de los 42 encuestados de las Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, mostraron un 14,29% casi nunca, un 40,48% algunas veces, un 30,95% casi siempre y un 14,29% siempre.

Tabla 24.

15.- Una buena información da a conocer la realidad del entorno empresarial

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Algunas veces	6	14,3	14,3	14,3
	Casi siempre	22	52,4	52,4	66,7
	Siempre	14	33,3	33,3	100,0
	Total	42	100,0	100,0	

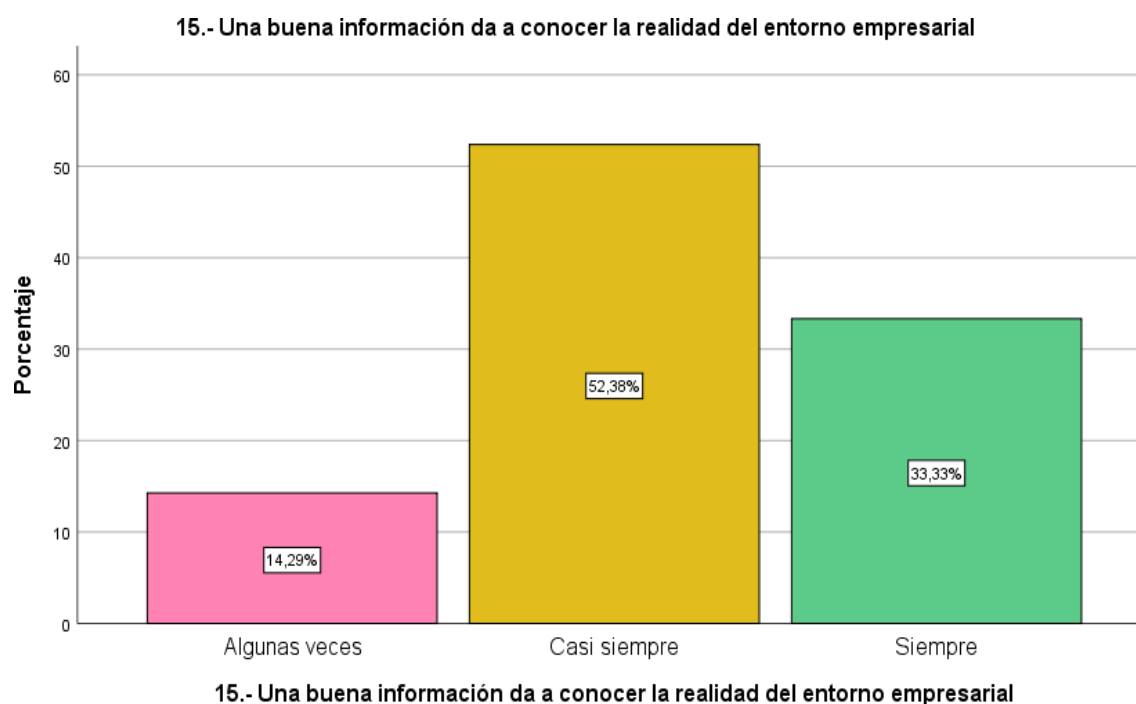


Figura 15. Una buena información da a conocer la realidad del entorno empresarial

Interpretación:

En el Gráfico 24 y Figura N° 15 de los 42 encuestados de las Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, mostraron un 14,29% algunas veces, un 52,38% casi siempre y un 33,33% siempre.

Tabla 25.

16.- Dispone de medios adecuados como los canales de difusión para dar a conocer sus servicios

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	1	2,4	2,4	2,4
	Algunas veces	8	19,0	19,0	21,4
	Casi siempre	22	52,4	52,4	73,8
	Siempre	11	26,2	26,2	100,0
	Total	42	100,0	100,0	

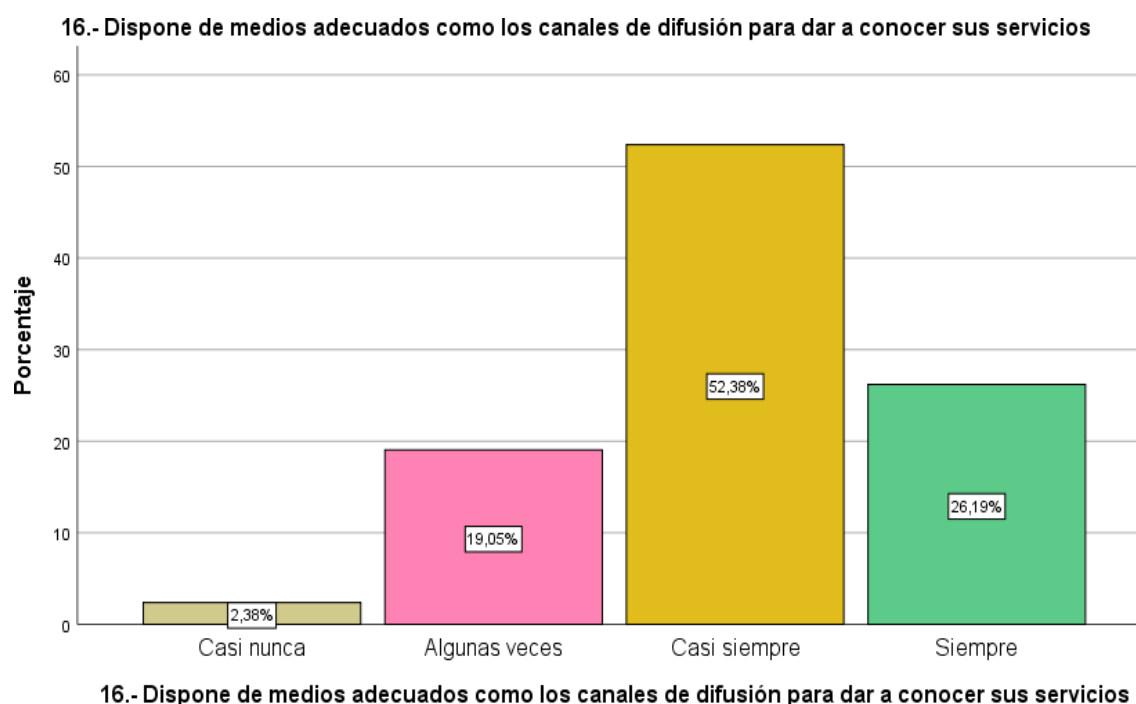


Figura 16. Dispone de medios adecuados como los canales de difusión para dar a conocer sus servicios

Interpretación:

La Tabla 25 y Figura N° 16 de los 42 encuestados de las Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, mostraron un 2,38% casi nunca, un 19,05% algunas veces, un 52,38% casi siempre y un 26,19% siempre.

Tabla 26.

17.- Los sitios de búsqueda son fáciles de entender por los clientes

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	8	19,0	19,0	19,0
	Algunas veces	15	35,7	35,7	54,8
	Casi siempre	13	31,0	31,0	85,7
	Siempre	6	14,3	14,3	100,0
	Total	42	100,0	100,0	

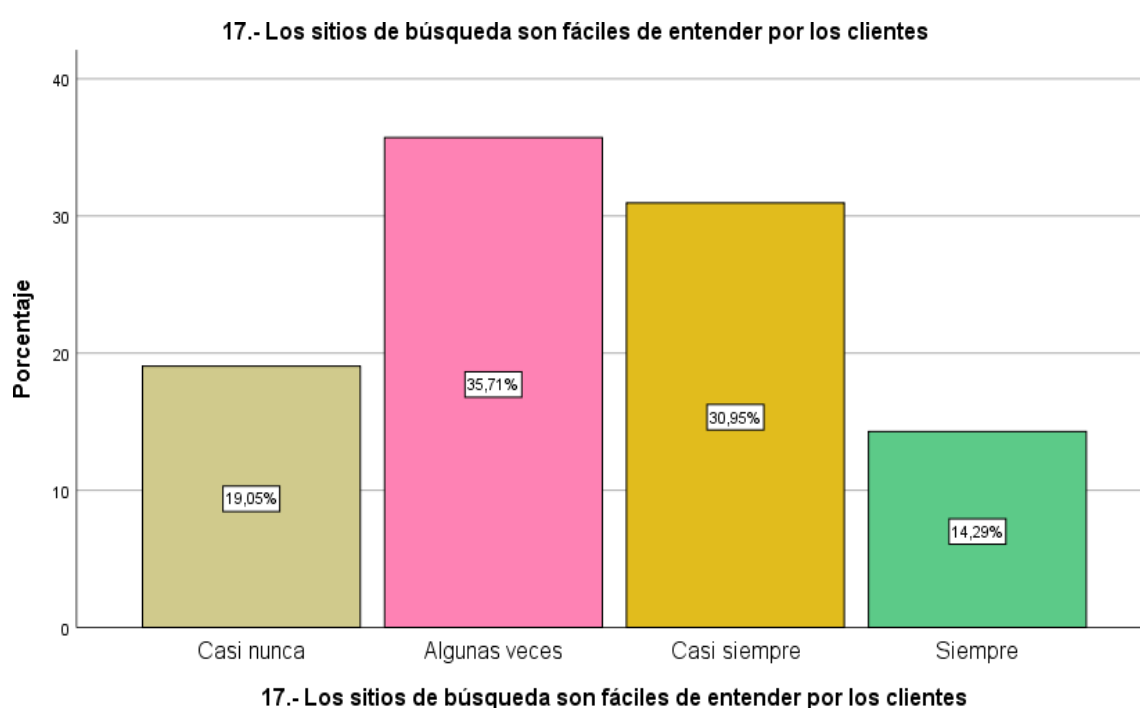


Figura 17. Los sitios de búsqueda son fáciles de entender por los clientes

Interpretación:

Conforme a la Tabla 26 y Figura N° 17 de los 42 encuestados de las Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, mostraron un 19,05% casi nunca, un 36,71% algunas veces, un 30,95% casi siempre y un 14,29% siempre.

Tabla 27.

18.- La experiencia del usuario puede contribuir a la visibilidad de la información

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Algunas veces	8	19,0	19,0	19,0
	Casi siempre	23	54,8	54,8	73,8
	Siempre	11	26,2	26,2	100,0
	Total	42	100,0	100,0	

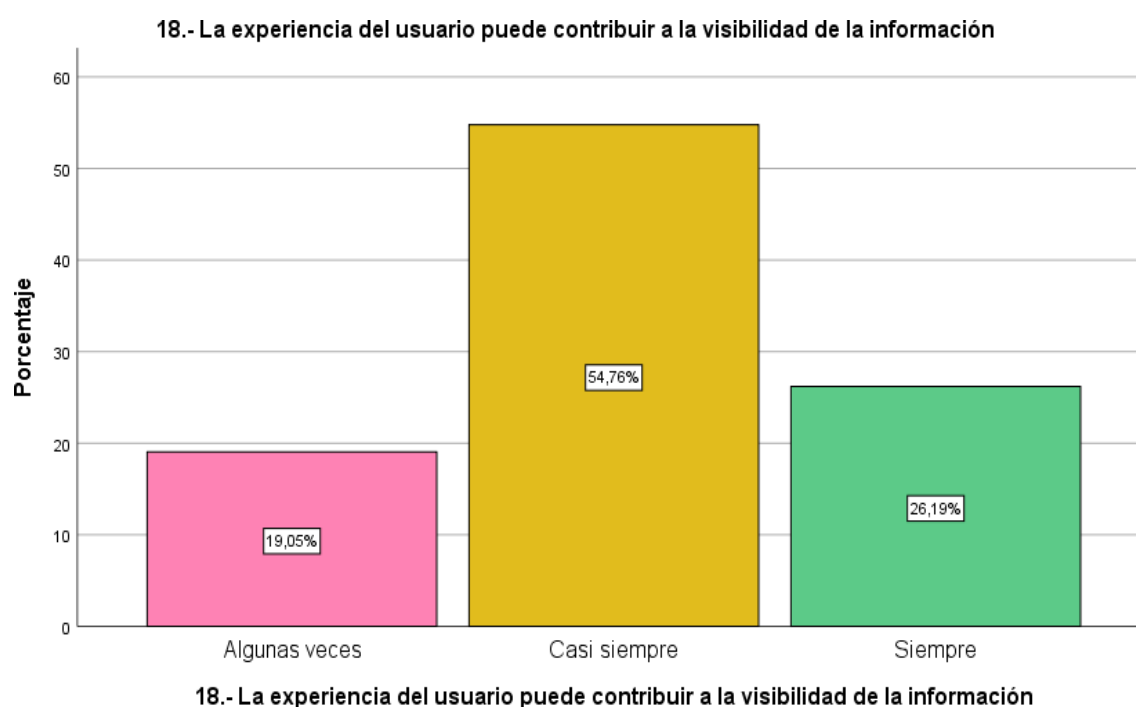


Figura 18. La experiencia del usuario puede contribuir a la visibilidad de la información

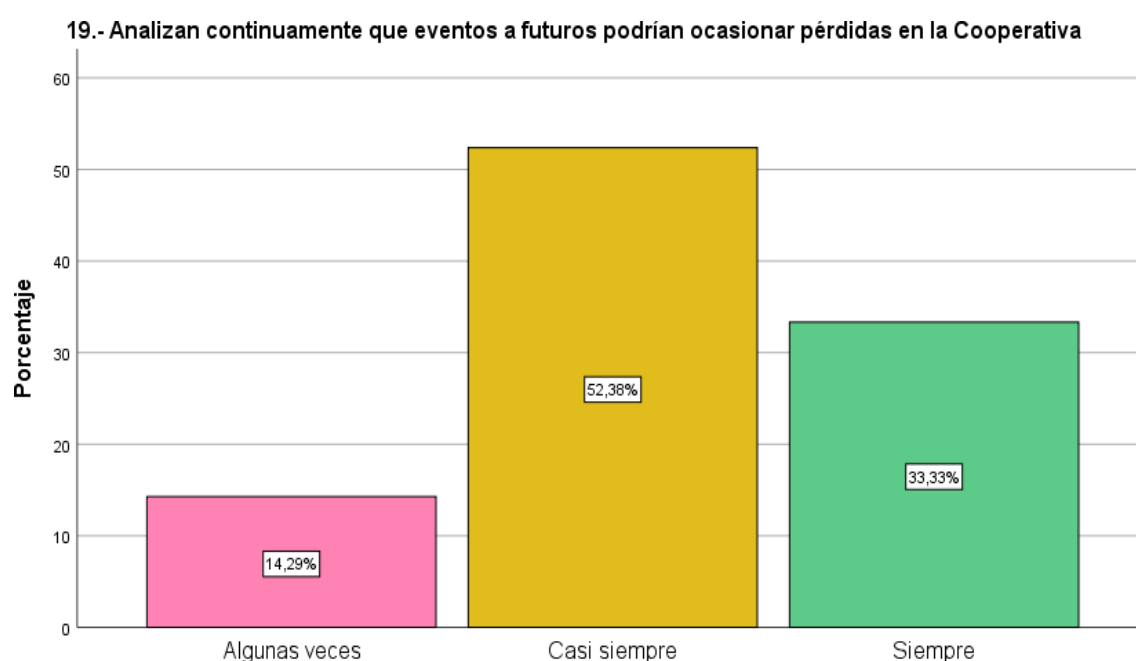
Interpretación:

En proporción a la Tabla 27 y Figura N° 18 de los 42 encuestados de las Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, mostraron un 19,05% algunas veces, un 54,76% casi siempre y un 26,19% siempre.

Tabla 28.

19.- Analizan continuamente que eventos a futuros podrían ocasionar pérdidas en la Cooperativa

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Algunas veces	6	14,3	14,3	14,3
	Casi siempre	22	52,4	52,4	66,7
	Siempre	14	33,3	33,3	100,0
	Total	42	100,0	100,0	



19.- Analizan continuamente que eventos a futuros podrían ocasionar pérdidas en la Cooperativa

Figura 19. Analizan continuamente que eventos a futuros podrían ocasionar pérdidas en la Cooperativa

Interpretación:

En correspondencia a la Tabla 28 y Figura N° 19 de los 42 encuestados de las Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, mostraron un 14,29% algunas veces, un 52,38% casi siempre y un 33,33% siempre.

Tabla 29.

20.- Es fundamental planificar estrategias para tomar buenas decisiones

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	1	2,4	2,4	2,4
	Algunas veces	8	19,0	19,0	21,4
	Casi siempre	22	52,4	52,4	73,8
	Siempre	11	26,2	26,2	100,0
	Total	42	100,0	100,0	

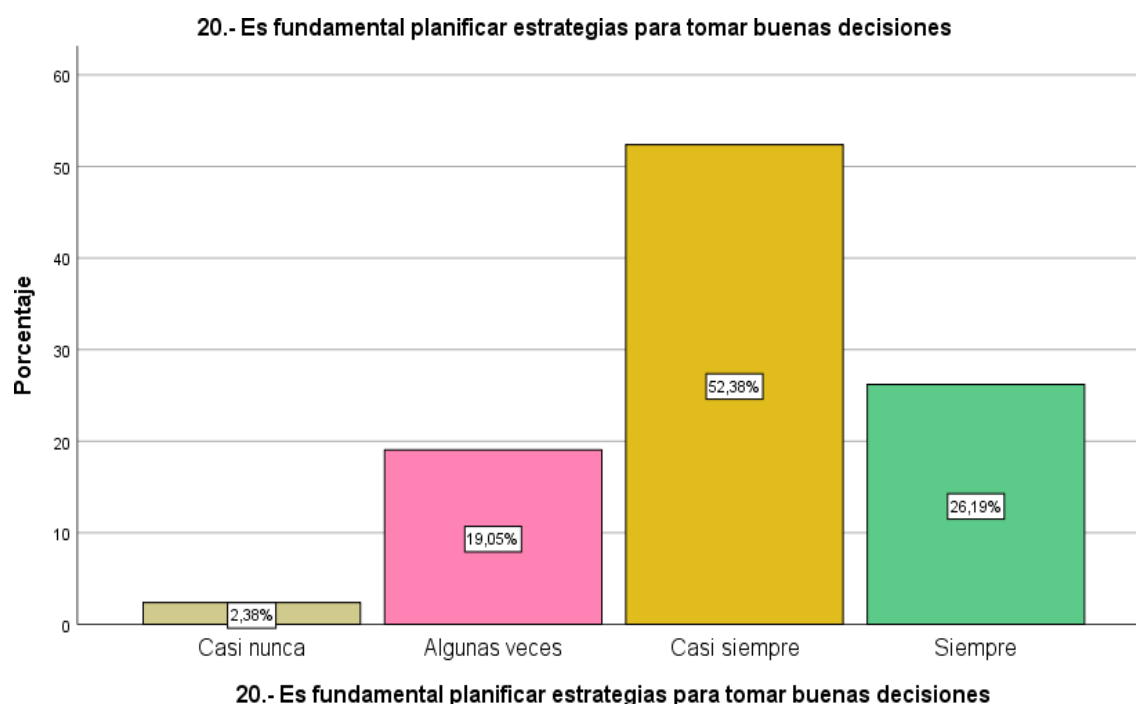


Figura 20. Es fundamental planificar estrategias para tomar buenas decisiones

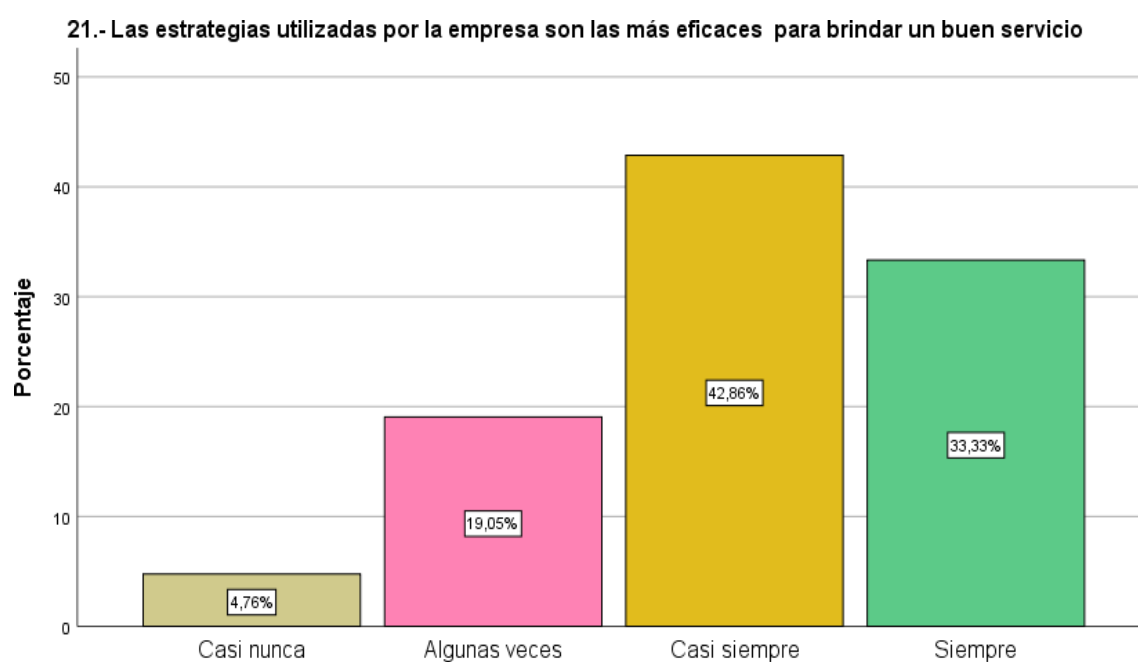
Interpretación:

En conformidad con la Tabla 29 y Figura N° 20 de los 42 encuestados de las Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, mostraron un 2,38% casi nunca, un 19,05% algunas veces, un 52,38% casi siempre y un 26,19% siempre.

Tabla 30.

21.- Las estrategias utilizadas por la empresa son las más eficaces para brindar un buen servicio

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	2	4,8	4,8	4,8
	Algunas veces	8	19,0	19,0	23,8
	Casi siempre	18	42,9	42,9	66,7
	Siempre	14	33,3	33,3	100,0
	Total	42	100,0	100,0	



21.- Las estrategias utilizadas por la empresa son las más eficaces para brindar un buen servicio

Figura 21. Las estrategias utilizadas por la empresa son las más eficaces para brindar un buen servicio

Interpretación:

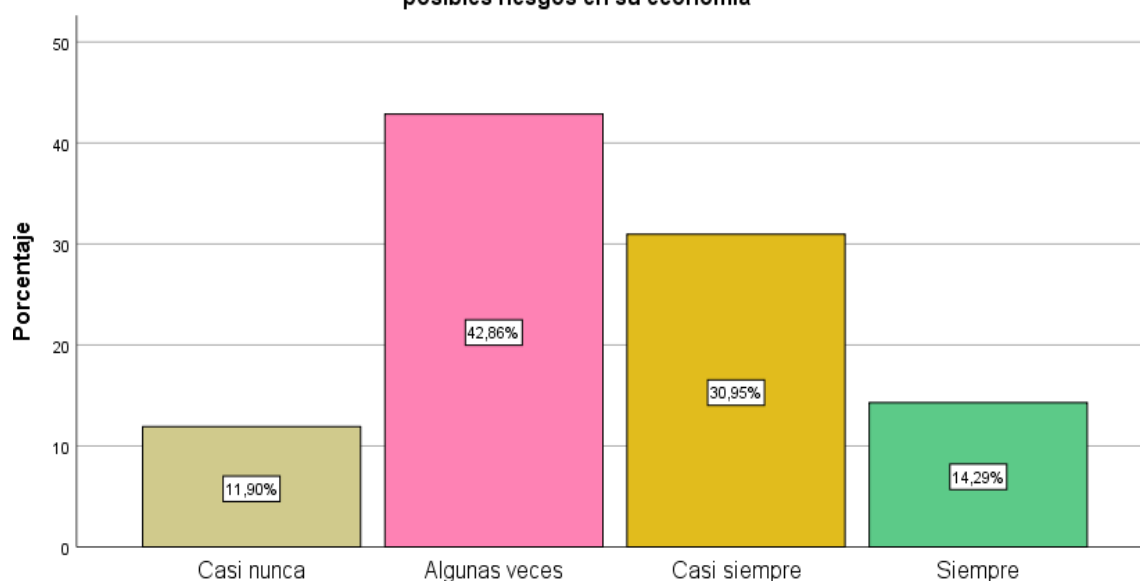
En este aspecto la Tabla 30 y Figura N° 21 de los 42 encuestados de las Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, mostraron un 4,76% casi nunca, un 19,05% algunas veces, un 42,86% casi siempre y un 33,33% siempre.

Tabla 31.

22.- Los socios antes de hacer una inversión hacen un análisis del escenario financiero para conocer los posibles riesgos en su economía

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	5	11,9	11,9	11,9
	Algunas veces	18	42,9	42,9	54,8
	Casi siempre	13	31,0	31,0	85,7
	Siempre	6	14,3	14,3	100,0
	Total	42	100,0	100,0	

22.- Los socios antes de hacer una inversión hacen un análisis del escenario financiero para conocer los posibles riesgos en su economía



22.- Los socios antes de hacer una inversión hacen un análisis del escenario financiero para conocer los posibles riesgos en su economía

Figura 22. Los socios antes de hacer una inversión hacen un análisis del escenario financiero para conocer los posibles riesgos en su economía

Interpretación:

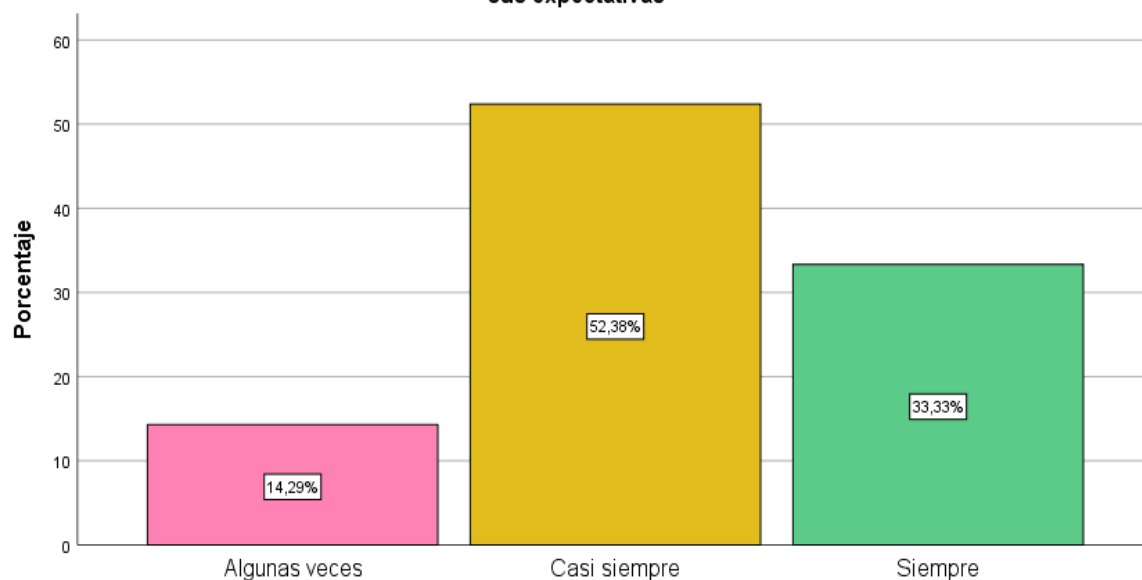
Este punto la Tabla 31 y Figura N° 22 de los 42 encuestados de las Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, mostraron un 11,90% casi nunca, un 42,86% algunas veces, un 30,95% casi siempre y un 14,29% siempre.

Tabla 32.

23.- En cuanto a las estrategias de fidelización la cooperativa satisface las necesidades del cliente cubriendo sus expectativas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Algunas veces	6	14,3	14,3	14,3
	Casi siempre	22	52,4	52,4	66,7
	Siempre	14	33,3	33,3	100,0
	Total	42	100,0	100,0	

23.- En cuanto a las estrategias de fidelización la cooperativa satisface las necesidades del cliente cubriendo sus expectativas



23.- En cuanto a las estrategias de fidelización la cooperativa satisface las necesidades del cliente cubriendo sus expectativas

Figura 23. En cuanto a las estrategias de fidelización la cooperativa satisface las necesidades del cliente cubriendo sus expectativas

Interpretación:

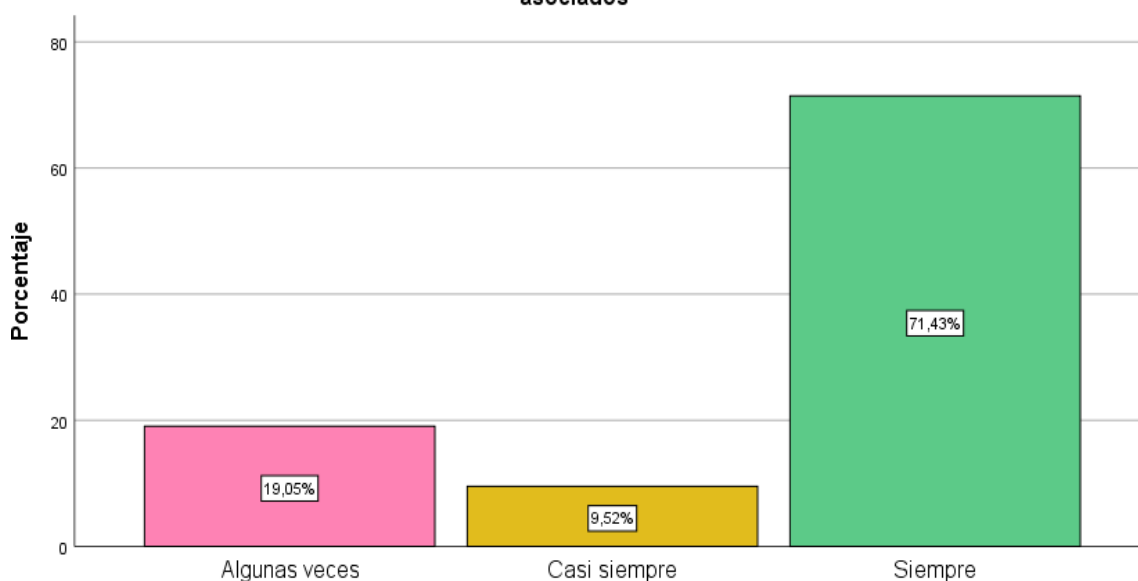
En cuanto a la Tabla 32 y Figura N° 23 de los 42 encuestados de las Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, mostraron un 14,29% algunas veces, un 52,38% casi siempre y un 33,33% siempre.

Tabla 33.

24.- Las cooperativas están en capacidad de desarrollar estrategias que les permita aumentar el número de asociados

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Algunas veces	8	19,0	19,0	19,0
	Casi siempre	4	9,5	9,5	28,6
	Siempre	30	71,4	71,4	100,0
	Total	42	100,0	100,0	

24.- Las cooperativas están en capacidad de desarrollar estrategias que les permita aumentar el número de asociados



24.- Las cooperativas están en capacidad de desarrollar estrategias que les permita aumentar el número de asociados

Figura 24. Las cooperativas están en capacidad de desarrollar estrategias que les permita aumentar el número de asociados

Interpretación:

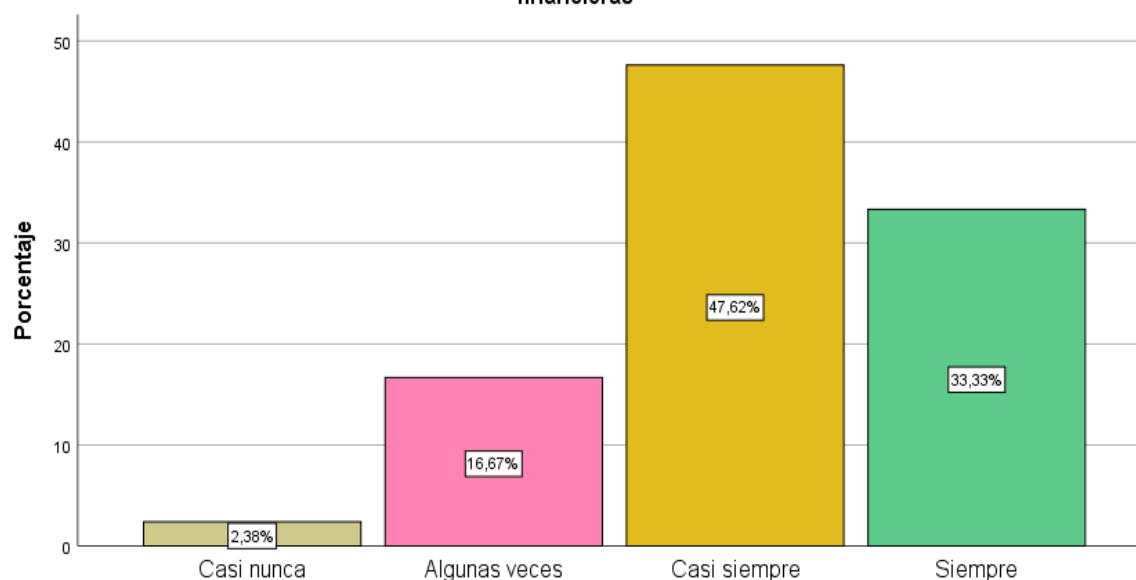
Según la Tabla 33 y Figura N° 24 de los 42 encuestados de las Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, mostraron un 19,05% algunas veces, un 9,52% casi siempre y un 71,43% siempre.

Tabla 34.

25.- Cuentan con suficientes agencias como para que el cliente tenga a disponibilidad realizar sus operaciones financieras

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	1	2,4	2,4	2,4
	Algunas veces	7	16,7	16,7	19,0
	Casi siempre	20	47,6	47,6	66,7
	Siempre	14	33,3	33,3	100,0
	Total	42	100,0	100,0	

25.- Cuentan con suficientes agencias como para que el cliente tenga a disponibilidad realizar sus operaciones financieras



25.- Cuentan con suficientes agencias como para que el cliente tenga a disponibilidad realizar sus operaciones financieras

Figura 25. Cuentan con suficientes agencias como para que el cliente tenga a disponibilidad realizar sus operaciones financieras

Interpretación:

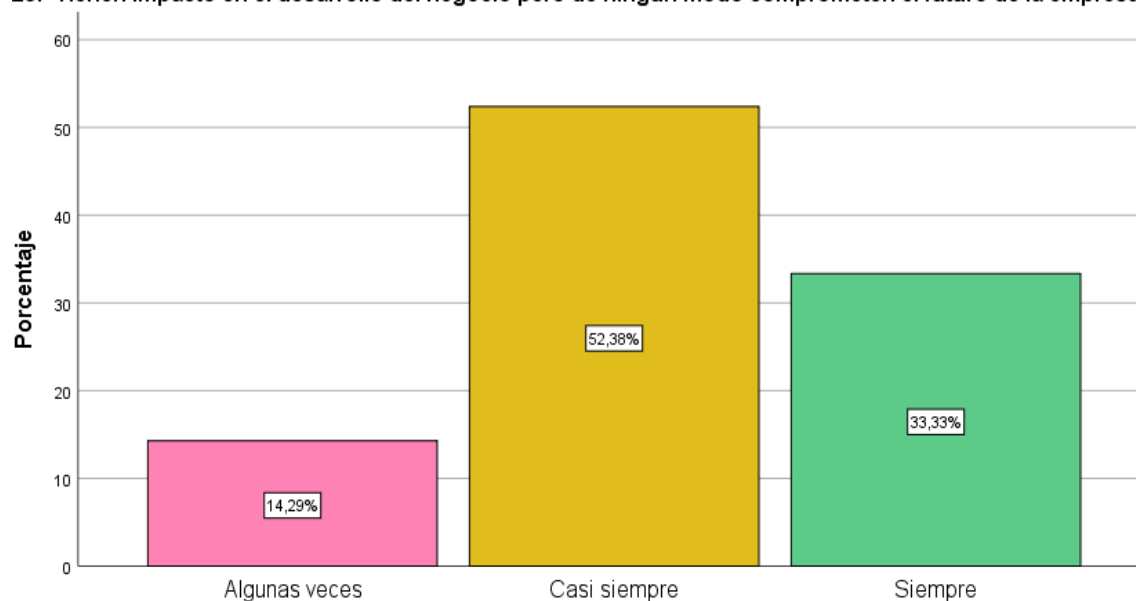
En base a la Tabla 34 y Figura N° 25 de los 42 encuestados de las Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, mostraron un 2,38% casi nunca, un 16,67% algunas veces, un 47,62% casi siempre y un 33,33% siempre.

Tabla 35.

26.- Tienen impacto en el desarrollo del negocio pero de ningún modo comprometen el futuro de la empresa

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Algunas veces	6	14,3	14,3	14,3
	Casi siempre	22	52,4	52,4	66,7
	Siempre	14	33,3	33,3	100,0
	Total	42	100,0	100,0	

26.- Tienen impacto en el desarrollo del negocio pero de ningún modo comprometen el futuro de la empresa



26.- Tienen impacto en el desarrollo del negocio pero de ningún modo comprometen el futuro de la empresa

Figura 26. Tienen impacto en el desarrollo del negocio pero de ningún modo comprometen el futuro de la empresa

Interpretación:

Acerca de la Tabla 35 y Figura N° 26 de los 42 encuestados de las Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, mostraron un 14,29% algunas veces, un 52,38% casi siempre y un 33,33% siempre.

Tabla 36.

27.- Las técnicas de cobranza utilizadas en la cooperativa les permite tener una mejor efectividad en los procesos de cobros

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	5	11,9	11,9	11,9
	Algunas veces	18	42,9	42,9	54,8
	Casi siempre	11	26,2	26,2	81,0
	Siempre	8	19,0	19,0	100,0
	Total	42	100,0	100,0	

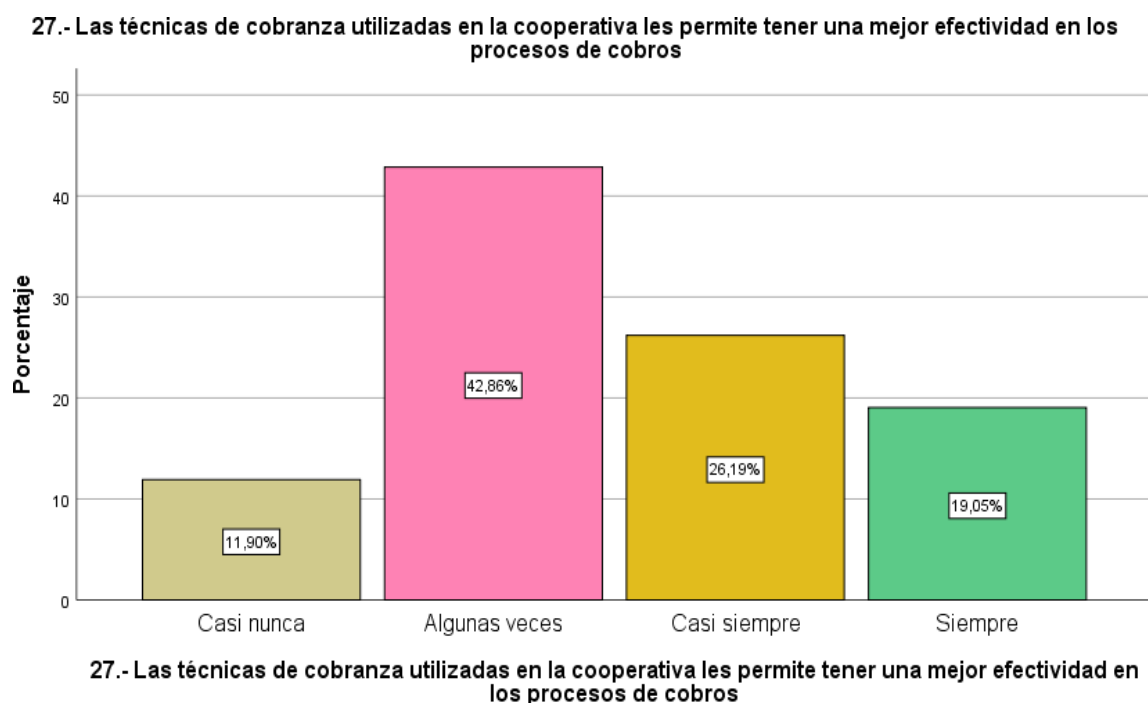


Figura 27. Las técnicas de cobranza utilizadas en la cooperativa les permiten tener una mejor efectividad en los procesos de cobros

Interpretación:

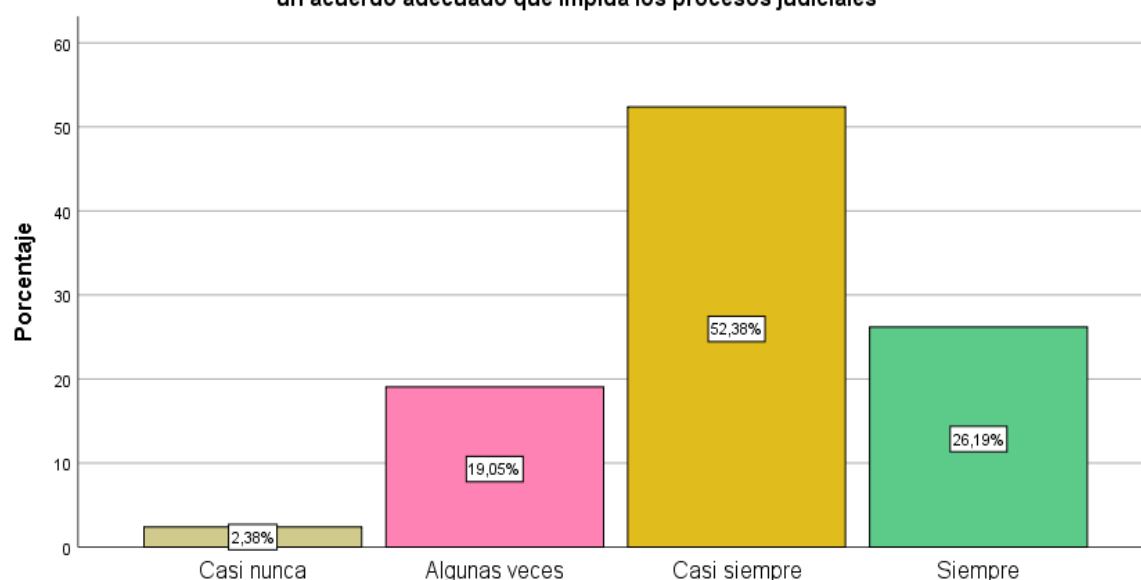
Referente a la Tabla 36 y Figura N° 27 de los 42 encuestados de las Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, mostraron un 11,90% casi nunca, un 42,86% algunas veces, un 26,19% casi siempre y un 19,05% siempre.

Tabla 37.

28.- Mantienen una eficaz comunicación con el socio que haya incurrido en mora con la intención de llegar a un acuerdo adecuado que impida los procesos judiciales

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	1	2,4	2,4	2,4
	Algunas veces	8	19,0	19,0	21,4
	Casi siempre	22	52,4	52,4	73,8
	Siempre	11	26,2	26,2	100,0
	Total	42	100,0	100,0	

28.- Mantienen una eficaz comunicación con el socio que haya incurrido en mora con la intención de llegar a un acuerdo adecuado que impida los procesos judiciales



28.- Mantienen una eficaz comunicación con el socio que haya incurrido en mora con la intención de llegar a un acuerdo adecuado que impida los procesos judiciales

Figura 28. Mantienen una eficaz comunicación con el socio que haya incurrido en mora con la intención de llegar a un acuerdo adecuado que impida los procesos judiciales

Interpretación:

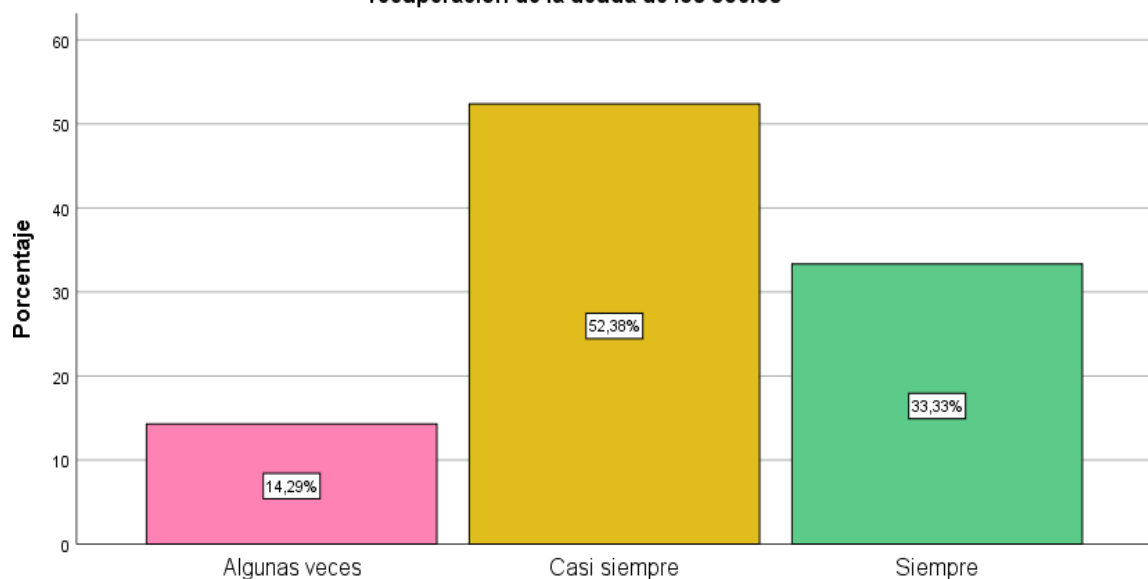
Según la Tabla 37 y Figura N° 28 de los 42 encuestados de las Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, mostraron un 2,38% casi nunca, un 19,05% algunas veces, un 52,38% casi siempre y un 26,19% siempre.

Tabla 38.

29.- Cuentan con un sistema integral de cobranza que permita al personal tomar medidas eficientes para la recuperación de la deuda de los socios

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Algunas veces	6	14,3	14,3	14,3
	Casi siempre	22	52,4	52,4	66,7
	Siempre	14	33,3	33,3	100,0
	Total	42	100,0	100,0	

29.- Cuentan con un sistema integral de cobranza que permita al personal tomar medidas eficientes para la recuperación de la deuda de los socios



29.- Cuentan con un sistema integral de cobranza que permita al personal tomar medidas eficientes para la recuperación de la deuda de los socios

Figura 29. Cuentan con un sistema integral de cobranza que permita al personal tomar medidas eficientes para la recuperación de la deuda de los socios

Interpretación:

Según la Tabla 38 y Figura N° 29 de los 42 encuestados de las Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, mostraron un 14,29% algunas veces, un 52,38% casi siempre y un 33,33% siempre.

Tabla 39.

30.- Las decisiones tácticas involucra a los altos mandos de la organización

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	6	14,3	14,3	14,3
	Algunas veces	17	40,5	40,5	54,8
	Casi siempre	13	31,0	31,0	85,7
	Siempre	6	14,3	14,3	100,0
	Total	42	100,0	100,0	

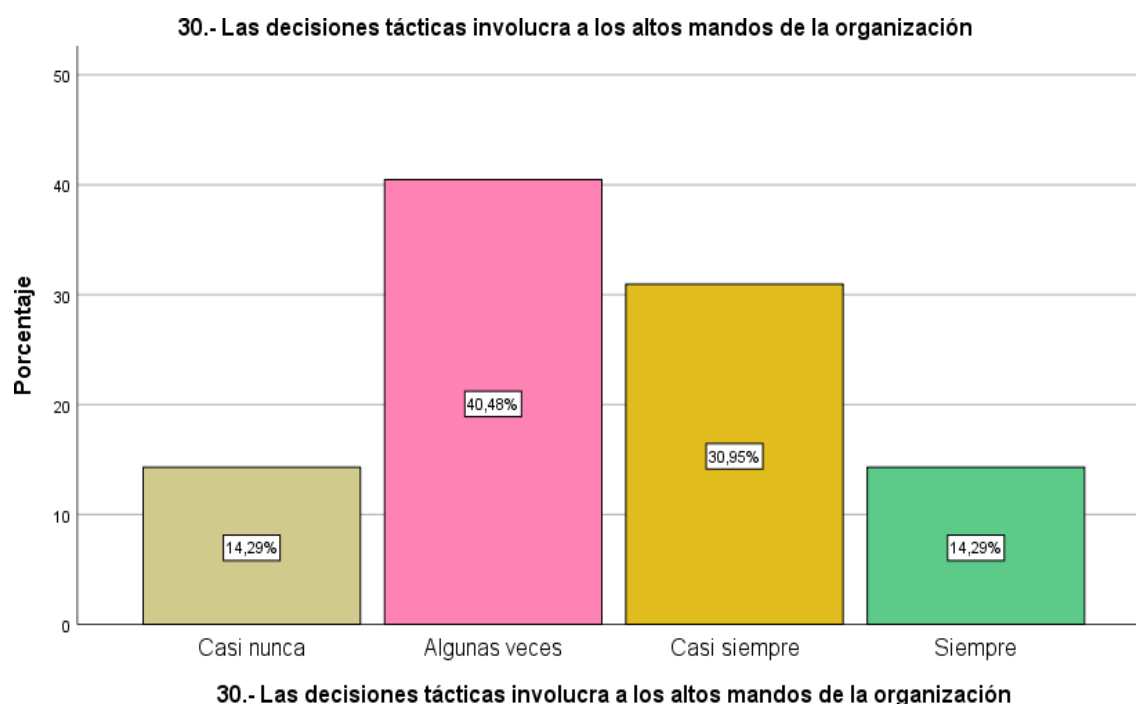


Figura 30. Las decisiones tácticas involucran a los altos mandos de la organización

Interpretación:

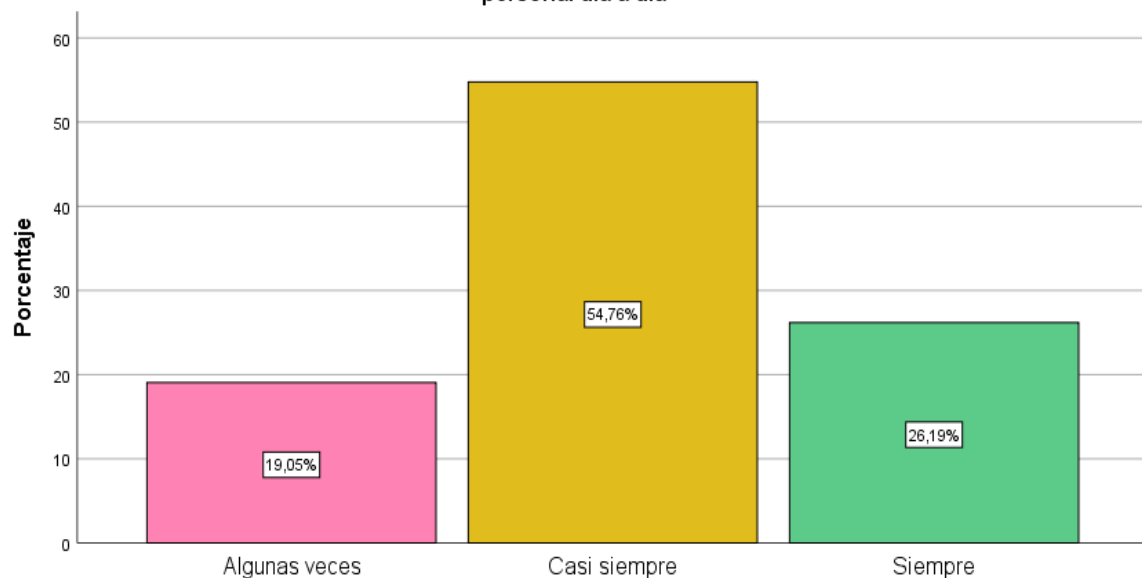
Según la Tabla 39 y Figura N° 30 de los 42 encuestados de las Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, mostraron un 14,29% casi nunca, un 40,48% algunas veces, un 30,95% casi siempre y un 14,29% siempre.

Tabla 40.

31.- Conocer la operatividad diaria de la compañía le permite saber las dificultades en las que se encuentra su personal día a día

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Algunas veces	8	19,0	19,0	19,0
	Casi siempre	23	54,8	54,8	73,8
	Siempre	11	26,2	26,2	100,0
	Total	42	100,0	100,0	

31.- Conocer la operatividad diaria de la compañía le permite saber las dificultades en las que se encuentra su personal día a día



31.- Conocer la operatividad diaria de la compañía le permite saber las dificultades en las que se encuentra su personal día a día

Figura 31. Conocer la operatividad diaria de la compañía le permite saber las dificultades en las que se encuentra su personal día a día

Interpretación:

Según la Tabla 40 y Figura N° 31 de los 42 encuestados de las Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, mostraron un 19,05% algunas veces, un 54,76% casi siempre y un 26,19% siempre.

Tabla 41.

32.- Hay buena disposición por parte de los socios a incrementar su participación en las cooperativas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	6	14,3	14,3	14,3
	Algunas veces	17	40,5	40,5	54,8
	Casi siempre	13	31,0	31,0	85,7
	Siempre	6	14,3	14,3	100,0
	Total	42	100,0	100,0	

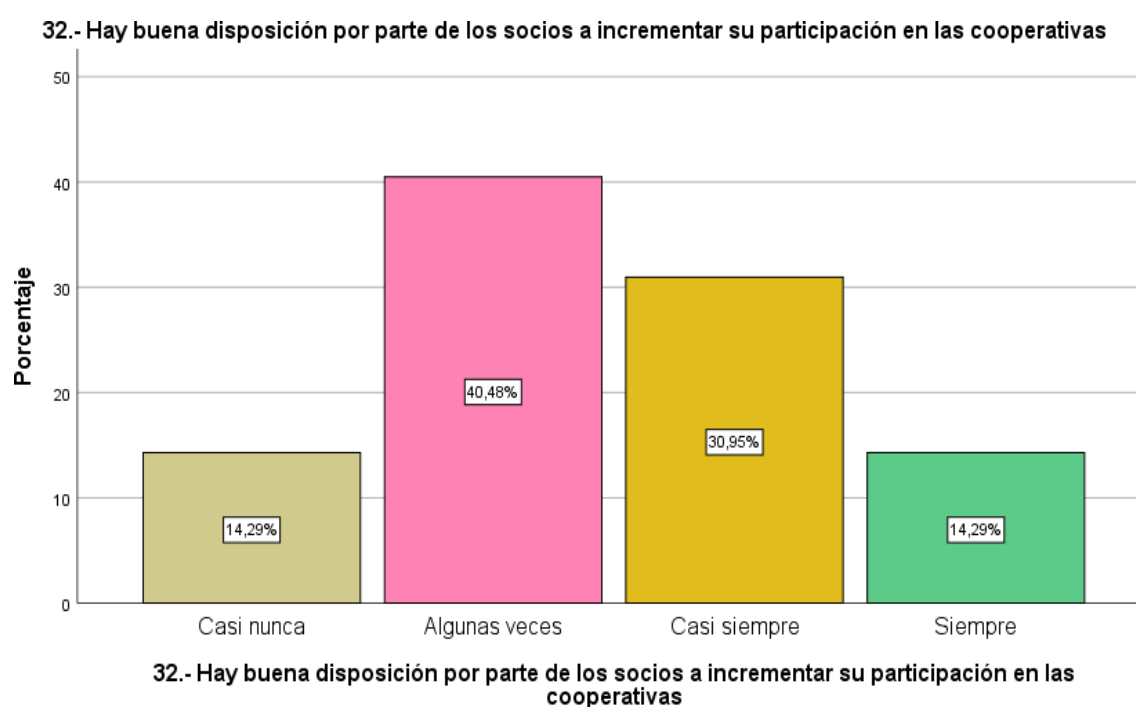


Figura 32. Hay buena disposición por parte de los socios a incrementar su participación en las cooperativas

Interpretación:

Según la Tabla 41 y Figura N° 32 de los 42 encuestados de las Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, mostraron un 14,29% casi nunca, un 40,48% algunas veces, un 30,95% casi siempre y un 14,29% siempre.

Tabla 42.

33.- Conocen si los socios de la cooperativa toman parte activa en otras organizaciones

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Algunas veces	6	14,3	14,3	14,3
	Casi siempre	22	52,4	52,4	66,7
	Siempre	14	33,3	33,3	100,0
	Total	42	100,0	100,0	

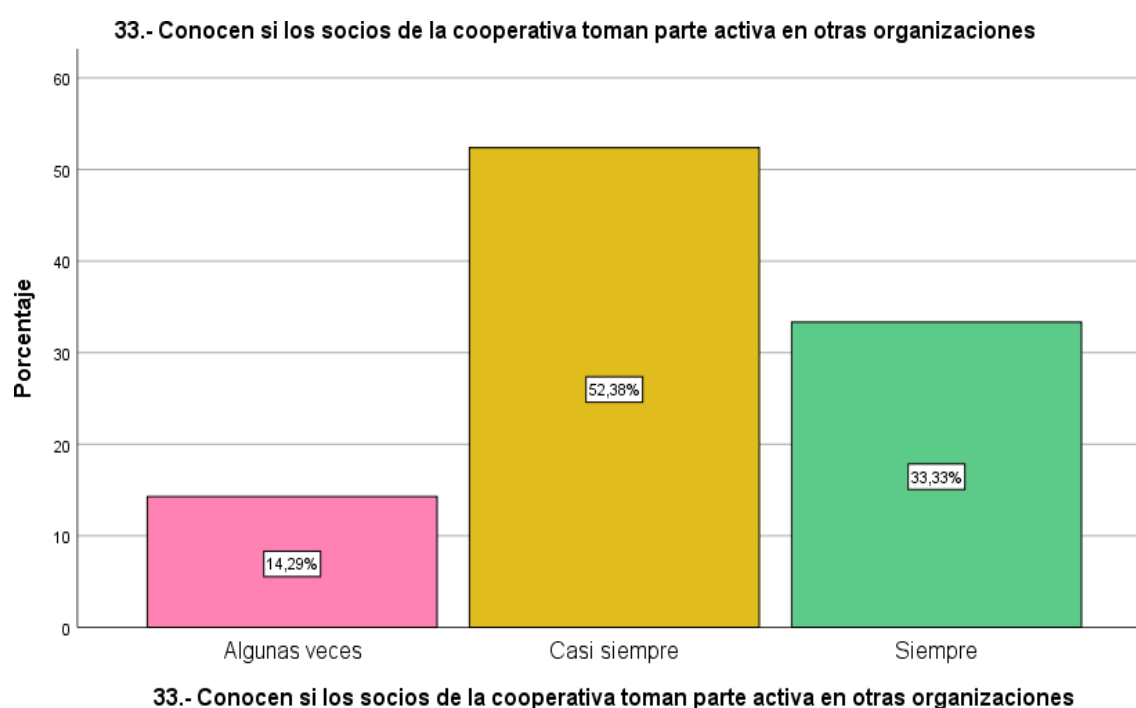


Figura 33. Conocen si los socios de la cooperativa toman parte activa en otras organizaciones

Interpretación:

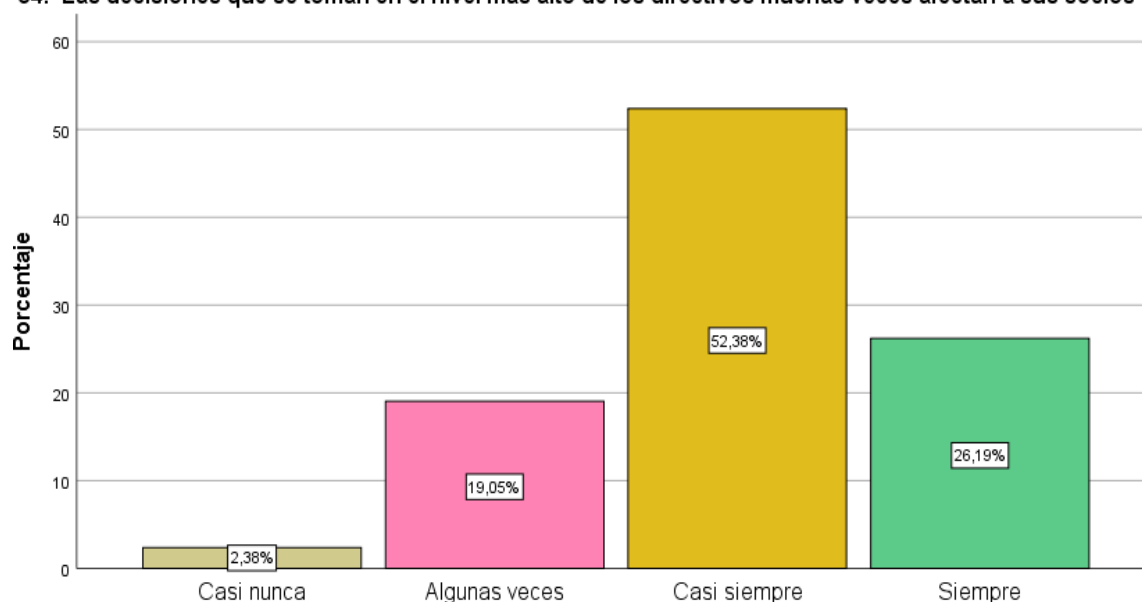
Según la Tabla 42 y Figura N° 33 de los 42 encuestados de las Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, mostraron un 14,29% algunas veces, un 52,38% casi siempre y un 33,33% siempre.

Tabla 43.

34.- Las decisiones que se toman en el nivel más alto de los directivos muchas veces afectan a sus socios

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	1	2,4	2,4	2,4
	Algunas veces	8	19,0	19,0	21,4
	Casi siempre	22	52,4	52,4	73,8
	Siempre	11	26,2	26,2	100,0
	Total	42	100,0	100,0	

34.- Las decisiones que se toman en el nivel más alto de los directivos muchas veces afectan a sus socios



34.- Las decisiones que se toman en el nivel más alto de los directivos muchas veces afectan a sus socios

Figura 34. Las decisiones que se toman en el nivel más alto de los directivos muchas veces afectan a sus socios

Interpretación:

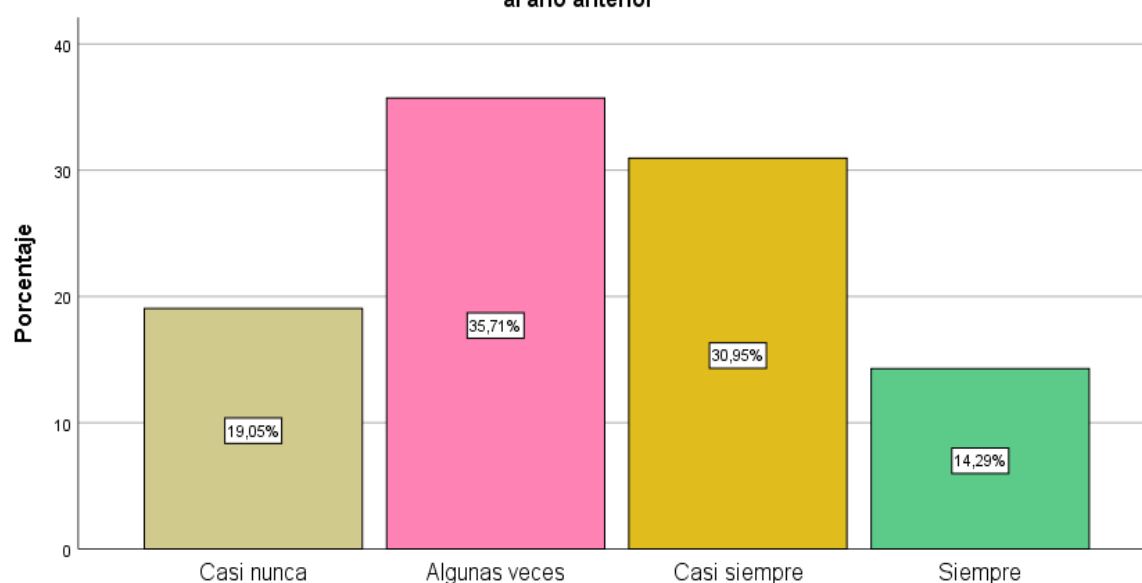
Según la Tabla 43 y Figura N° 34 de los 42 encuestados de las Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, mostraron un 2,38% casi nunca, un 19,05% algunas veces, un 52,38% casi siempre y un 26,19% siempre.

Tabla 44.

35.- Las colocaciones bancarias que se otorgan a los clientes representan un incremento mayor con respecto al año anterior

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	8	19,0	19,0	19,0
	Algunas veces	15	35,7	35,7	54,8
	Casi siempre	13	31,0	31,0	85,7
	Siempre	6	14,3	14,3	100,0
	Total	42	100,0	100,0	

35.- Las colocaciones bancarias que se otorgan a los clientes representan un incremento mayor con respecto al año anterior



35.- Las colocaciones bancarias que se otorgan a los clientes representan un incremento mayor con respecto al año anterior

Figura 35. Las colocaciones bancarias que se otorgan a los clientes representan un incremento mayor con respecto al año anterior

Interpretación:

Según la Tabla 44 y Figura N° 35 de los 42 encuestados de las Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, mostraron un 19,05% casi nunca, un 35,71% algunas veces, un 30,95% casi siempre y un 14,29% siempre.

3.1.2. Tabla de frecuencia con datos Agrupados

Tabla 45.

Business Intelligence (Agrupada)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Moderado	11	26,2	26,2	26,2
	Eficiente	31	73,8	73,8	100,0
	Total	42	100,0	100,0	

Interpretación:

Según Tabla 45 de los 42 encuestados de las Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, presentaron que 11 encuestados señalaron que es moderado y 31 eficiente.

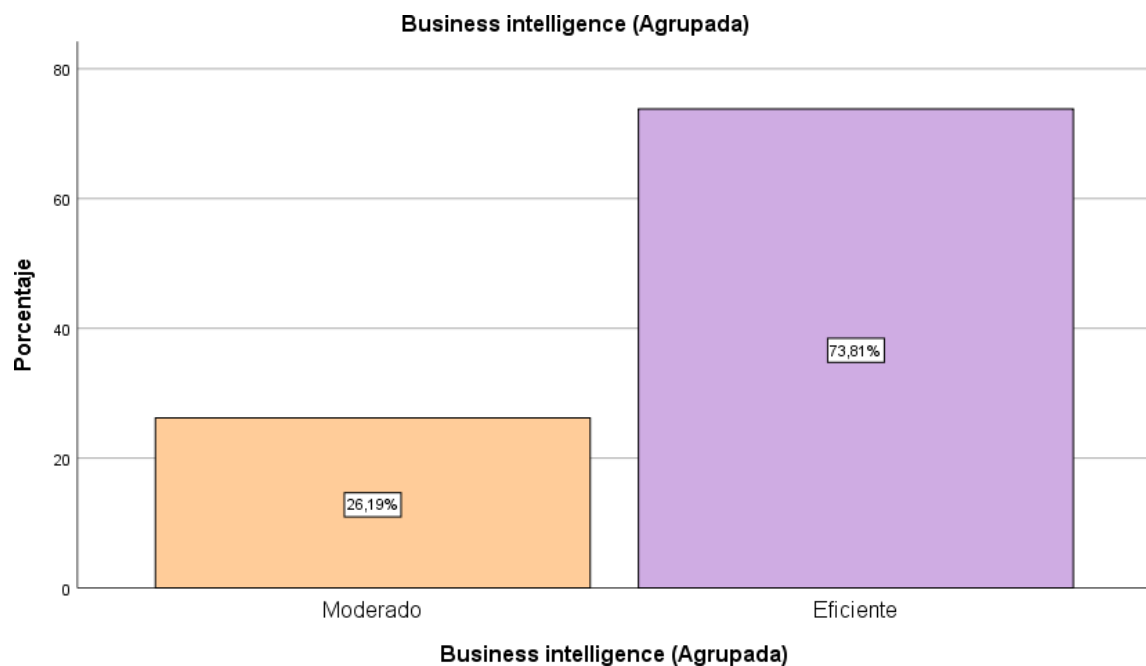


Figura 36. Business Intelligence (Agrupada)

Interpretación:

Según Figura N° 36 de los 42 encuestados de las Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, presentaron un 21,43% Moderado y un 78,57% Eficiente, referido a Business Intelligence.

Tabla 46.

Minería de datos (Agrupada)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Moderado	12	28,6	28,6	28,6
	Eficiente	30	71,4	71,4	100,0
	Total	42	100,0	100,0	

Interpretación:

Según Tabla 46 de los 42 encuestados de las Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, presentaron que 12 encuestados señalaron que es moderado y 30 eficiente.

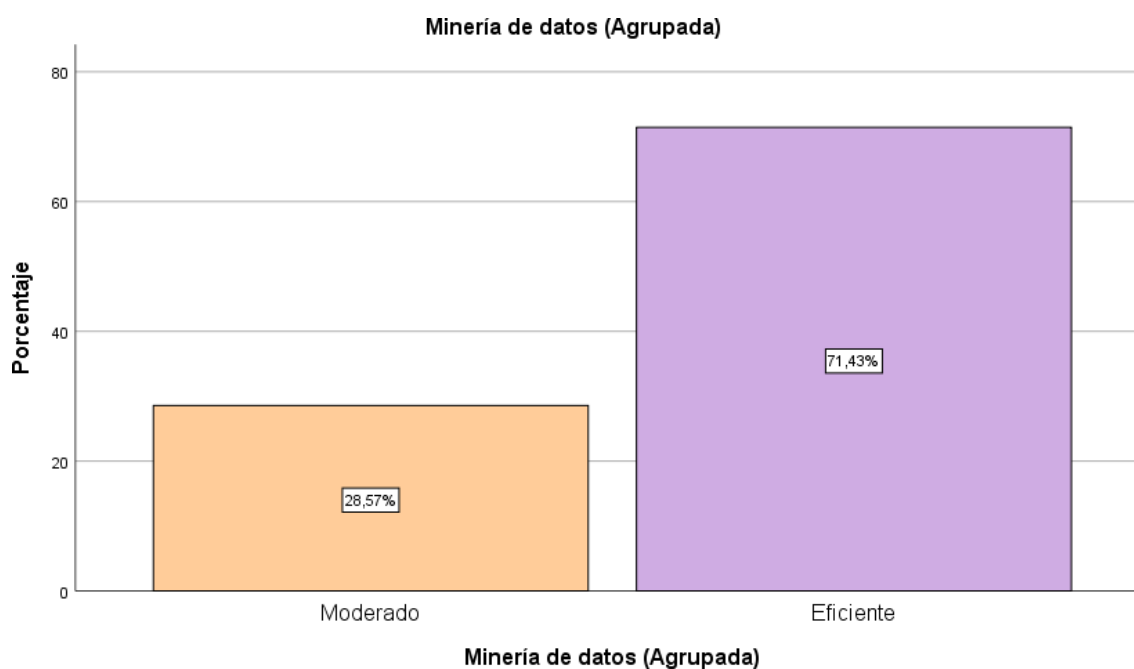


Figura 37. Minería de datos (Agrupada)

Interpretación:

Según Figura Nº 37 de los 42 encuestados de las Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, presentaron un 28,57% Moderado y un 71,43% Eficiente, referido a Minería de datos.

Tabla 47.

Regla de negocios (Agrupada)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Moderado	6	14,3	14,3	14,3
	Eficiente	36	85,7	85,7	100,0
	Total	42	100,0	100,0	

Interpretación:

Según Tabla 47 de los 42 encuestados de las Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, presentaron que 6 encuestados señalaron que es moderado y 36 eficiente.

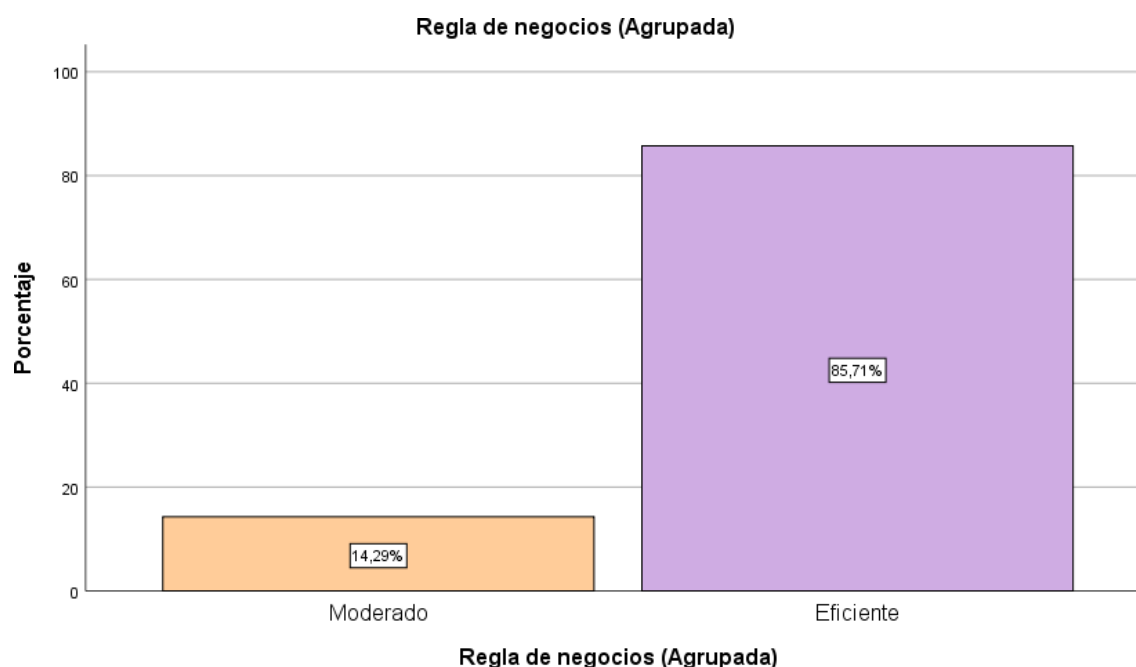


Figura 38. Regla de negocios (Agrupada)

Interpretación:

Según Figura N° 38 de los 42 encuestados de las Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, presentaron un 14,29% Moderado y un 85,71% Eficiente, referido a Reglas de Negocio.

Tabla 48.

Visibilidad de la información (Agrupada)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Moderado	17	40,5	40,5	40,5
	Eficiente	25	59,5	59,5	100,0
	Total	42	100,0	100,0	

Interpretación:

Según Tabla 48 de los 42 encuestados de las Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, presentaron que 17 encuestados señalaron que es moderado y 25 eficiente.

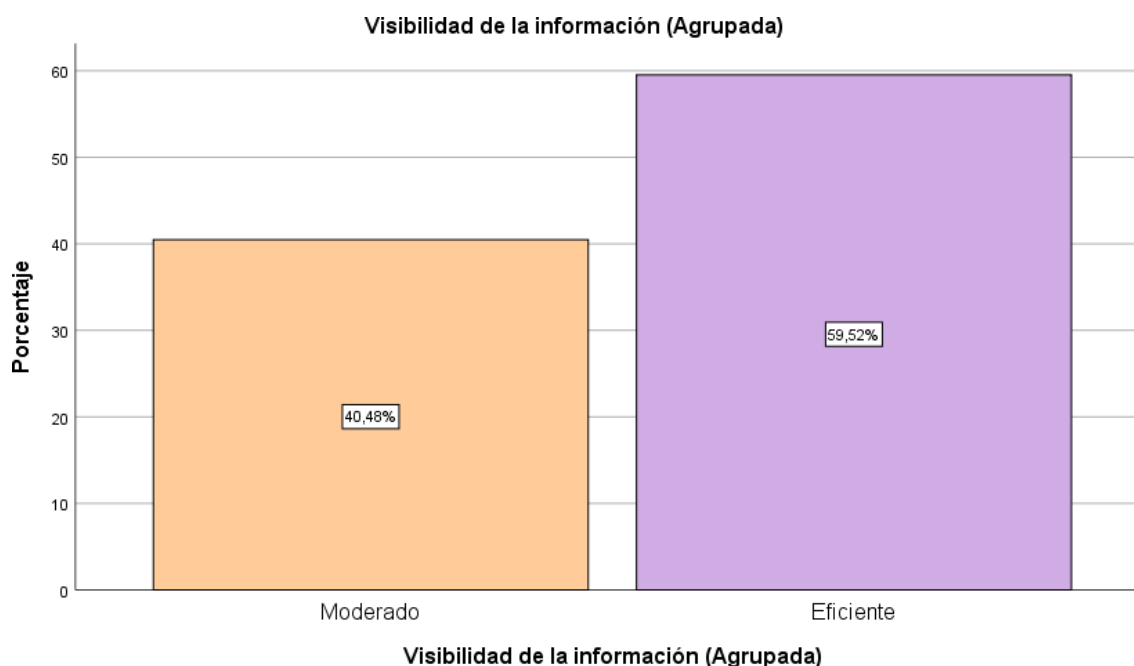


Figura 39. Visibilidad de la información (Agrupada)

Interpretación:

Según Figura N° 39 de los 42 encuestados de las Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, presentaron un 40,48% Moderado y 59,52% Eficiente, referido a Visibilidad de la información.

Tabla 49.

Toma de decisiones (Agrupada)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Moderado	9	21,4	21,4	21,4
	Eficiente	33	78,6	78,6	100,0
	Total	42	100,0	100,0	

Interpretación:

Según Tabla 49 de los 42 encuestados de las Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, presentaron que 9 encuestados manifestaron que es moderado y 33 eficiente.

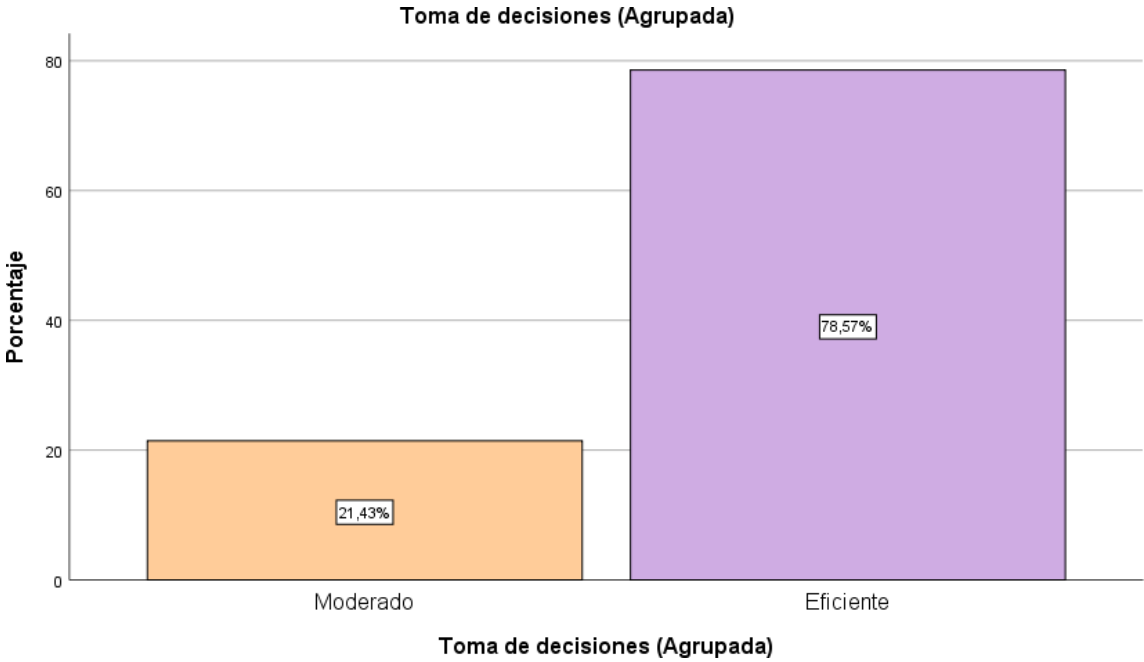


Figura 40. Toma de decisiones (Agrupada)

Interpretación:

Según Figura N° 40 de los 42 encuestados de las Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, presentaron un 21,43% moderado y un 78,56% Eficiente, referido a Toma de decisiones.

Tabla 50.

Decisiones estratégicas (Agrupada)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Moderado	10	23,8	23,8	23,8
	Eficiente	32	76,2	76,2	100,0
	Total	42	100,0	100,0	

Interpretación:

Según Tabla 50 de los 42 encuestados de las Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, presentaron que 10 encuestados señalaron que es moderado y 32 eficiente.

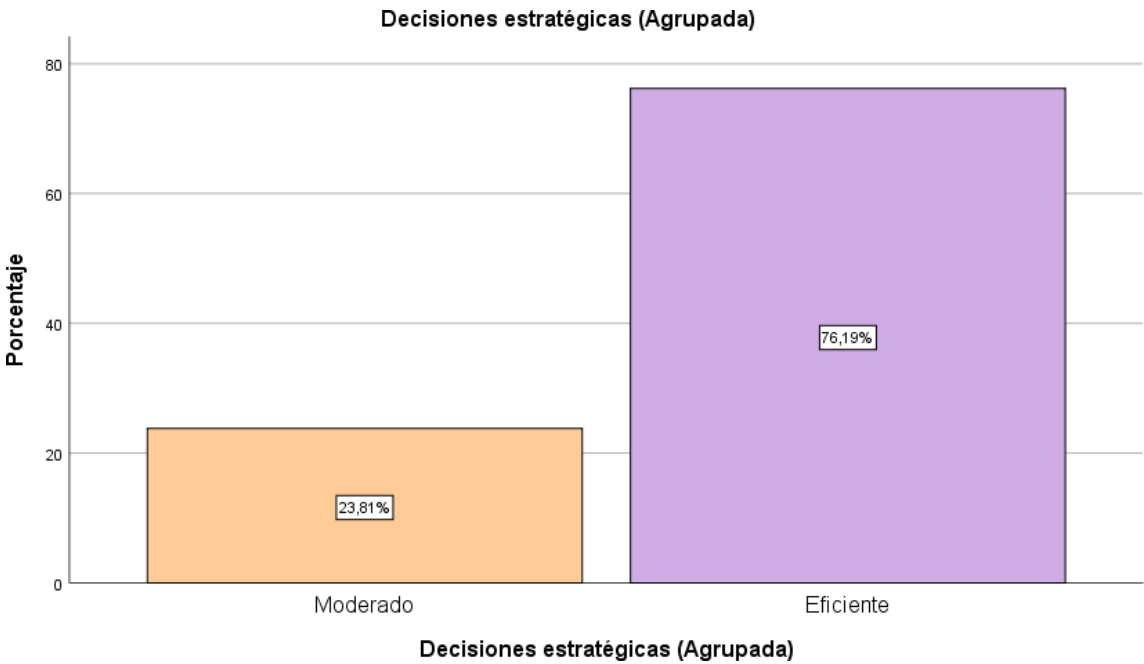


Figura 41. Decisiones estratégicas (Agrupada)

Introducción:

Según Figura Nº 41 de los 42 encuestados de las Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, presentaron un 23,81% Moderado y un 76,19% Eficiente, referido a Decisiones estratégicas.

Tabla 51.

Decisiones tácticas (Agrupada)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Moderado	12	28,6	28,6	28,6
	Eficiente	30	71,4	71,4	100,0
	Total	42	100,0	100,0	

Interpretación:

Según Tabla 51 de los 42 encuestados de las Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, presentaron que 12 encuestados señalaron que es moderado y 30 eficiente.

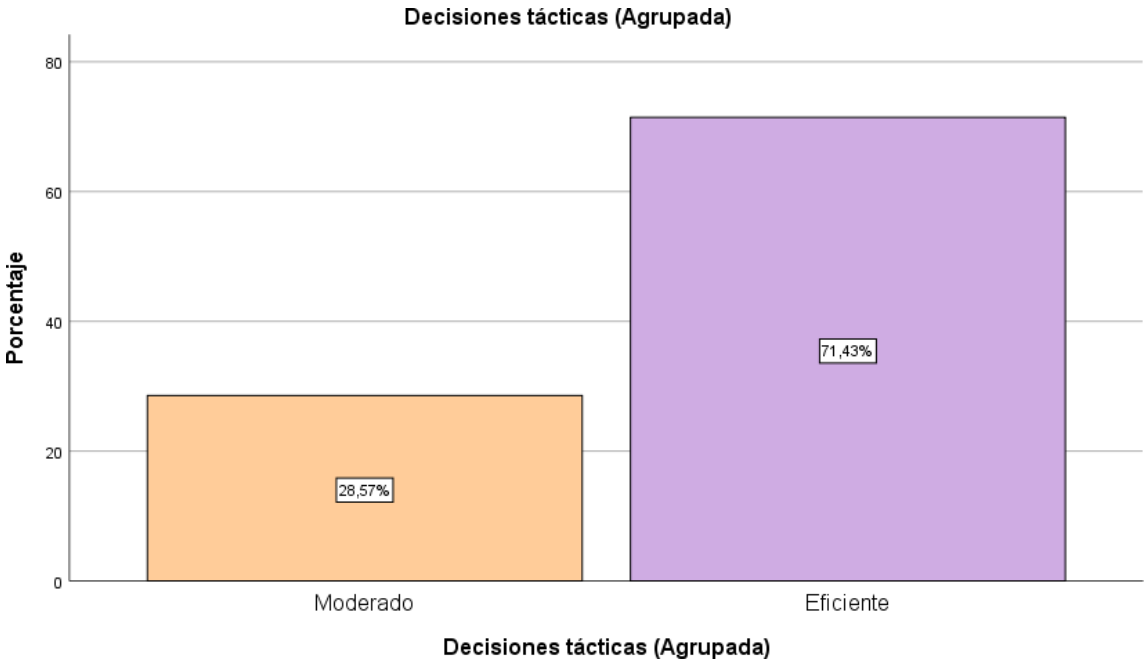


Figura 42. Decisiones tácticas (Agrupada)

Interpretación:

Según Figura N° de los 42 encuestados de las Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, presentaron un 28,57% Moderado y un 71,43% Eficiente, referido a Decisiones tácticas.

Tabla 52.

Decisiones operativas (Agrupada)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Moderado	17	40,5	40,5	40,5
	Eficiente	25	59,5	59,5	100,0
	Total	42	100,0	100,0	

Interpretación:

Según Tabla 52 de los 42 encuestados de las Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, presentaron que 17 encuestados señalaron que es moderado y 25 eficiente.

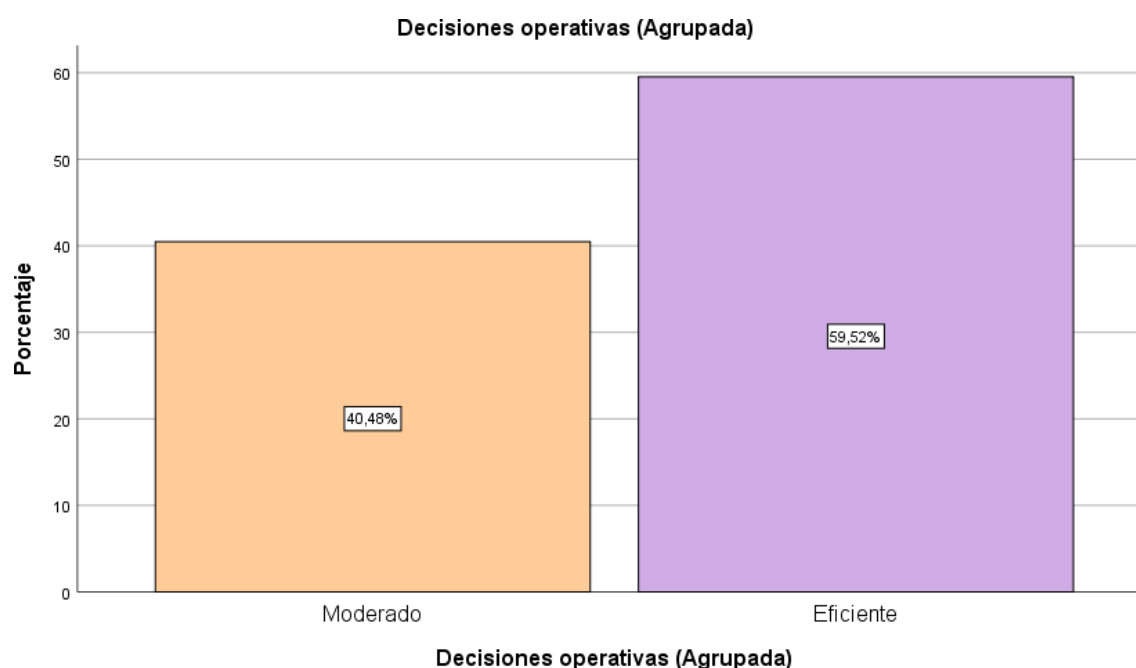


Figura 43. Decisiones operativas (Agrupada)

Interpretación:

Según Figura N° 43 de los 42 encuestados de las Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, presentaron un 40,48% Moderado y un 59,52% Eficiente, referido a Decisiones operativas.

3.1.3. Tablas cruzadas

Tabla 53.

*Tabla cruzada Business Intelligence (Agrupada)*Toma de decisiones (Agrupada)*

			Toma de decisiones (Agrupada)		
			Moderado	Eficiente	Total
Business Intelligence (Agrupada)	Moderado	Recuento	9	2	11
		% dentro de Business Intelligence (Agrupada)	81,8%	18,2%	100,0%
	Eficiente	Recuento	0	31	31
		% dentro de Business Intelligence (Agrupada)	0,0%	100,0%	100,0%
	Total	Recuento	9	33	42
		% dentro de Business Intelligence (Agrupada)	21,4%	78,6%	100,0%

Interpretación:

Según Tabla 53 de los 42 encuestados de las Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, presentaron un total de 11 encuestados que consideran Business Intelligence moderado y 31 eficiente. Asimismo, 9 consideraron toma de decisiones moderadas y 33 eficiente.

De los 11 encuestados que consideran Business Intelligence moderado, 9 señalaron toma de decisiones moderadas y 2 eficiente. El 81,8% del total de procesos de la muestra reconocen a Business Intelligence y toma de decisiones como moderado. El 18,2% del total de procesos de la muestra califican que Business Intelligence es moderado y toma de decisiones eficiente.

De igual manera de los 42 encuestados de las Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, presentaron que de una totalidad de 31 encuestados que consideran Business Intelligence eficiente, los 31 señalaron toma de decisiones eficiente también. El 100,0% del total de procesos de la muestra juzgan a Business Intelligence y toma de decisiones como eficiente.

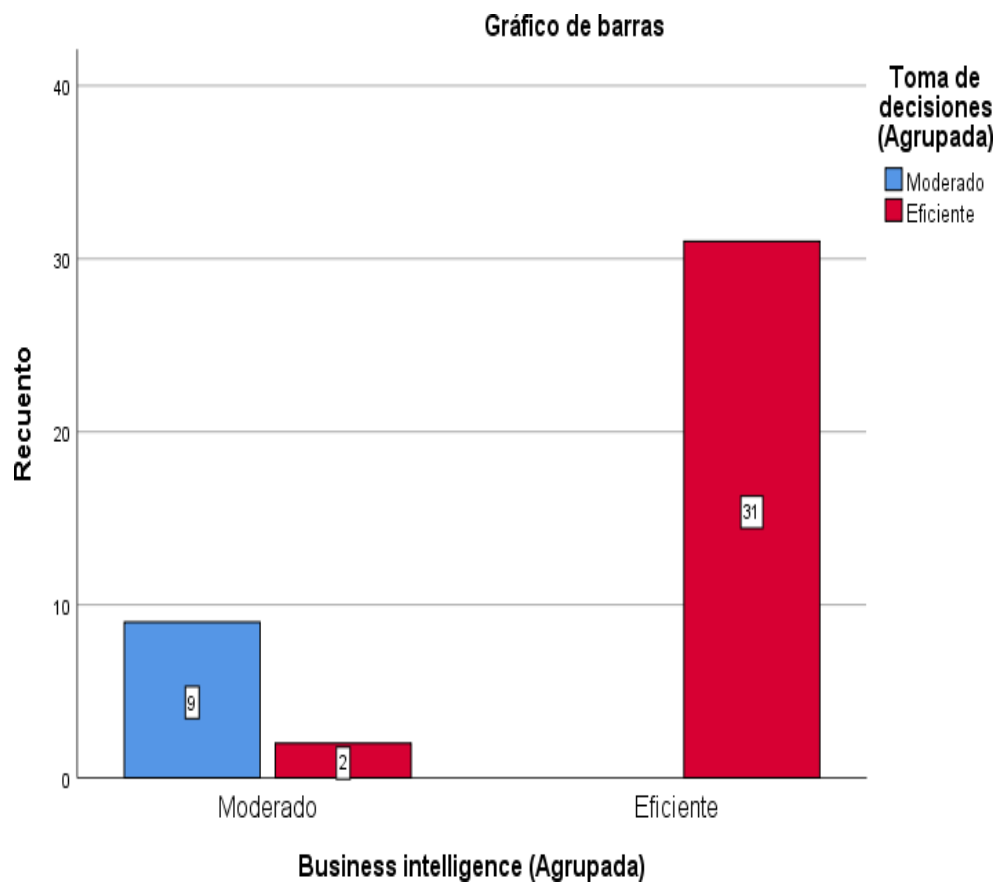


Figura 44. Tabla cruzada Business Intelligence y toma de decisiones

Interpretación:

Según Figura N° 44 de los 42 encuestados de las Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, menciona que el total de 11 y 31 consideran Business Intelligence moderado y eficiente respectivamente; de esta manera 9 y 33 estiman toma de decisiones como moderado y eficiente. De los 11 que toman en cuenta a Business Intelligence moderado, 9 y 2 consideran toma de decisiones como moderado y competente correspondientemente. De los 31 que distinguen a Business Intelligence eficaz, los 31 señalaron toma de decisiones eficiente también.

Tabla 54.

*Tabla cruzada Business Intelligence (Agrupada)*Decisiones estratégicas (Agrupada)*

			Decisiones estratégicas (Agrupada)		Total
			Moderado	Eficiente	
Business Intelligence (Agrupada)	Moderado	Recuento	9	2	11
		% dentro de Business Intelligence (Agrupada)	81,8%	18,2%	100,0%
	Eficiente	Recuento	1	30	31
		% dentro de Business Intelligence (Agrupada)	3,2%	96,8%	100,0%
	Total		10	32	42
			23,8%	76,2%	100,0%

Interpretación:

Según Tabla 54 de los 42 encuestados de las Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, presentaron que un total de 11 encuestados consideran Business Intelligence moderado y 31 eficiente. Asimismo, 10 presentaron Decisiones estratégicas moderado y 32 eficiente.

De los 11 encuestados que consideran Business Intelligence moderado, 9 señalaron decisiones estratégicas moderado y 2 eficiente. El 81,8% del total de procesos de la muestra valoran a Business Intelligence y decisiones estratégicas como moderado. El 18,2% del total de procesos de la muestra consideran que Business Intelligence es moderado y decisiones estratégicas eficiente.

De igual manera de los 42 encuestados de las Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, presentaron que de un total de 31 encuestados que consideran Business Intelligence eficiente, 1 señaló decisiones estratégicas moderado y 30 eficiente. El 3,2% del total de procesos de la muestra distinguen a Business Intelligence eficiente y decisiones estratégicas moderadas. El 96,8% del total de procesos de la muestra contemplan a Business Intelligence y decisiones estratégicas eficientes.

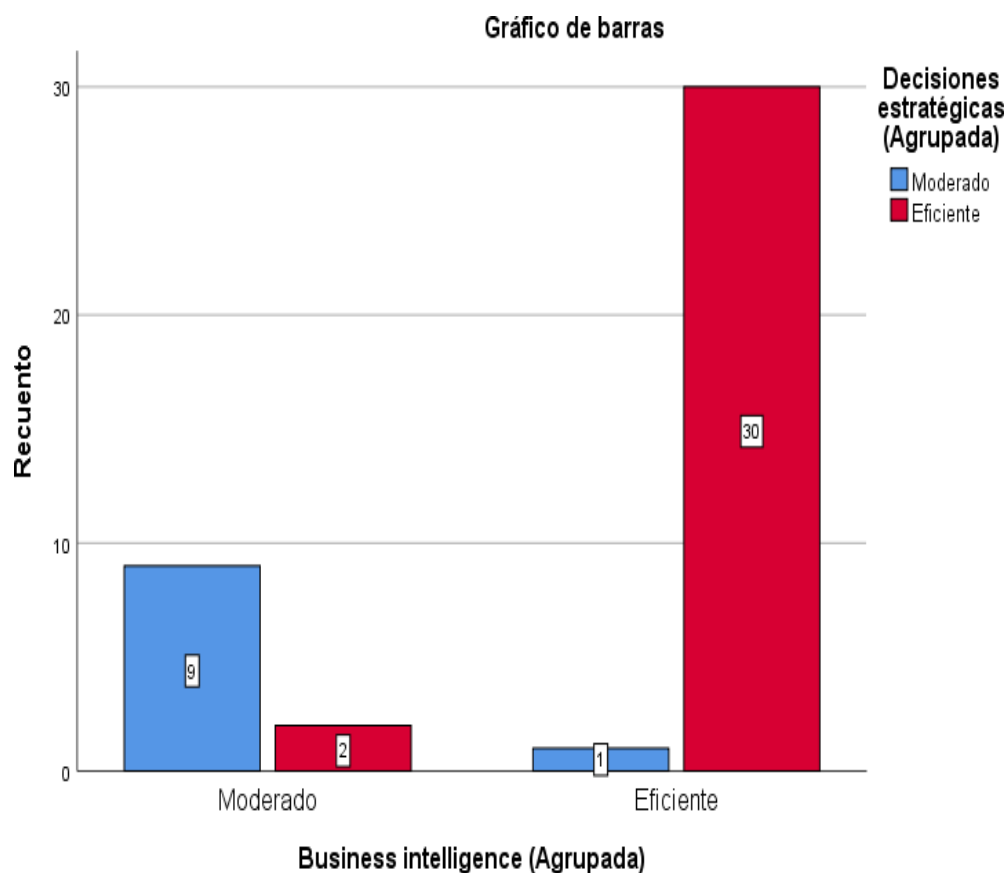


Figura 45. Tabla cruzada Business Intelligence y decisiones estratégicas

Interpretación:

Según Figura N° 45 de los 42 encuestados de las Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, menciona que el total de 11 y 31 consideran Business Intelligence moderado y eficiente respectivamente; así mismo 10 y 32 consideran decisiones estratégicas como moderadas y eficientes. De los 11 que denominan a Business Intelligence moderado, 9 y 2 señalaron decisiones estratégicas como moderadas y eficientes respectivamente. De los 31 que encuentran a Business Intelligence eficiente, 1 y 30 señalaron decisiones estratégicas como moderadas y eficientes.

Tabla 55.

*Tabla cruzada Business Intelligence (Agrupada)*Decisiones tácticas (Agrupada)*

			Decisiones tácticas (Agrupada)		
			Moderado	Eficiente	Total
Business Intelligence (Agrupada)	Moderado	Recuento	10	1	11
		% dentro de Business Intelligence (Agrupada)	90,9%	9,1%	100,0%
	Eficiente	Recuento	2	29	31
		% dentro de Business Intelligence (Agrupada)	6,5%	93,5 %	100,0%
Total		Recuento	12	30	42
		% dentro de Business Intelligence (Agrupada)	28,6%	71,4%	100,0%

Interpretación:

Según Tabla 55 de los 42 encuestados de las Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, presentaron un total de 11 encuestados que consideran Business Intelligence moderado y 31 eficiente.

De los 11 encuestados que consideran Business Intelligence moderado, 10 señalaron decisiones tácticas moderadas y 1 eficiente. El 90,9% del total de procesos de la muestra deliberan a Business Intelligence y decisiones tácticas como moderado. El 9,1% del total de procesos de la muestra consideran que Business Intelligence es moderado y decisiones tácticas eficiente.

De igual manera de los 42 encuestados de las Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, presentaron que de un total de 31 encuestados que consideran Business Intelligence eficiente, 2 señalaron decisiones tácticas moderado y 29 eficiente. El 6,5% del total de procesos de la muestra aprecian a Business Intelligence y decisiones tácticas moderadas. El 93,5% del total de procesos de la muestra detallan a Business Intelligence y decisiones tácticas eficientes.

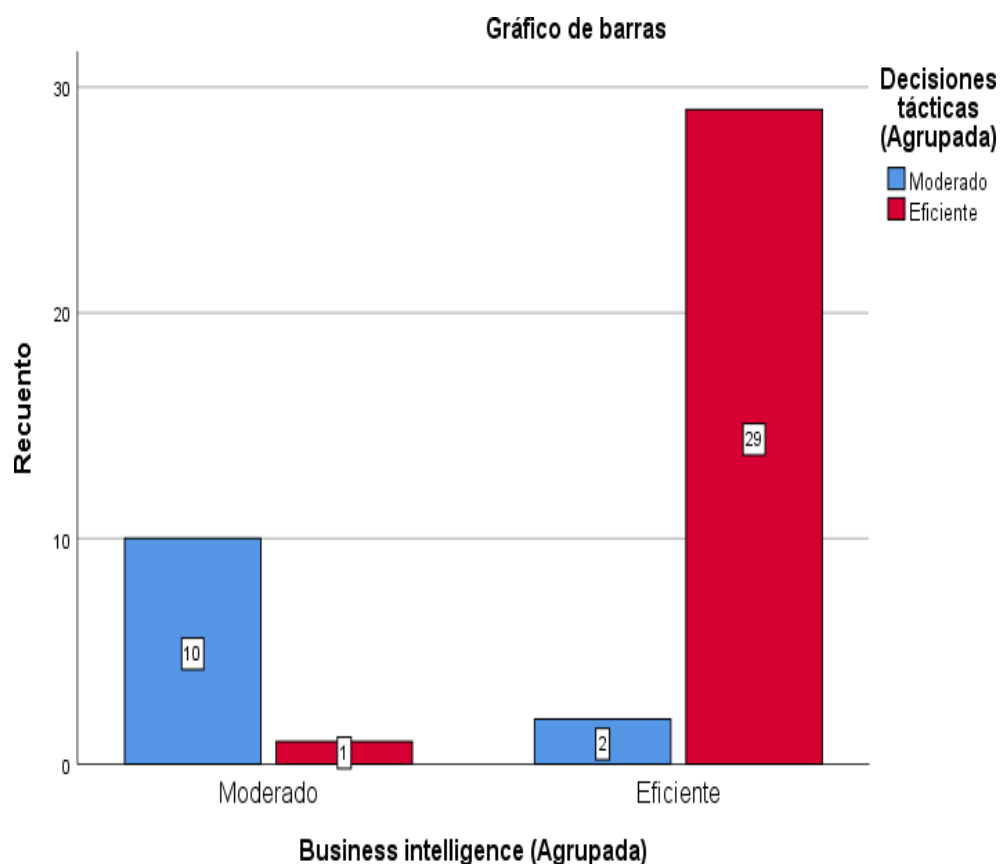


Figura 46. Tabla cruzada Business Intelligence y decisiones tácticas

Interpretación:

Según Figura N° 46 de los 42 encuestados de las Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, menciona que el total de 11 y 31 consideran Business Intelligence moderado y eficiente respectivamente; así mismo 12 y 30 deducen a decisiones tácticas como moderadas y eficientes. De los 11 que evalúan a Business Intelligence moderado, 10 y 1 consideran decisiones tácticas como moderadas y eficientes respectivamente. De los 31 que atribuyen a Business Intelligence eficiente, 2 y 29 señalaron decisiones tácticas como moderadas y eficientes.

Tabla 56.

*Tabla cruzada Business Intelligence (Agrupada)*Decisiones operativas (Agrupada)*

			Decisiones operativas (Agrupada)		Total
			Moderado	Eficiente	
Business Intelligence (Agrupada)	Moderado	Recuento	11	0	11
		% dentro de Business Intelligence (Agrupada)	100,0%	00,0%	100,0%
	Eficiente	Recuento	6	25	31
		% dentro de Business Intelligence (Agrupada)	19,4%	80,6%	100,0%
	Total	Recuento	17	25	42
		% dentro de Business Intelligence (Agrupada)	40,5%	59,5%	100,0%

Interpretación:

Según Tabla 56 de los 42 encuestados de las Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, presentaron un total de 11 encuestados que consideran Business Intelligence moderado 31 eficiente.

De los 11 encuestados que consideran Business Intelligence moderado, los 11 señalaron decisiones operativas como moderado. El 100,0% del total de procesos de la muestra declaran a Business Intelligence y decisiones operativas como moderado.

De igual manera de los 42 encuestados de las Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, presentaron que de un total de 31 encuestados que consideran Business Intelligence eficiente, 6 señalaron decisiones operativas moderado y 25 eficiente. El 19,4% del total de procesos de la muestra deliberan a Business Intelligence eficiente y decisiones operativas moderadas. El 80,6% del total de procesos de la muestra seleccionan a Business Intelligence y decisiones operativas eficientes.

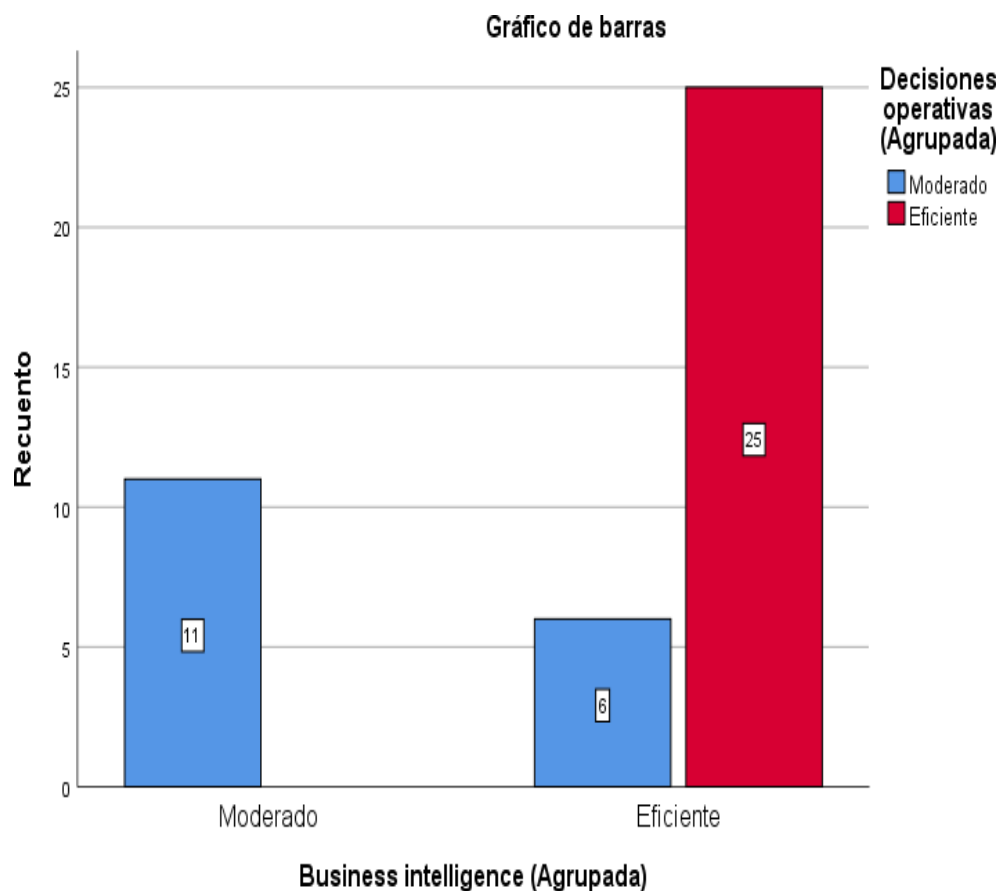


Figura 47. Tabla cruzada Business Intelligence y decisiones operativas

Interpretación:

Según Figura N° 47 de los 42 encuestados de las Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, menciona que el total de 11 y 31 consideran Business Intelligence moderado y eficiente respectivamente; así mismo 17 y 25 consideran decisiones operativas como moderadas y eficientes. De los 11 que miden a Business Intelligence moderado, los 11 señalaron decisiones operativas como moderadas respectivamente. De los 31 que atribuyen a Business Intelligence eficiente, 6 y 25 señalaron decisiones operativas como moderadas y eficientes.

3.2. Prueba de hipótesis

3.2.1. Hipótesis general

H_0 : No Existe relación entre Business Intelligence y toma de decisiones en Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, 2019.

H_1 : Existe relación entre Business Intelligence y toma de decisiones en Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, 2019.

Regla de decisión:

Si el p-valor (sig.) > 0,05, se acepta la hipótesis nula.

Si el p-valor (sig.) < 0,05, se rechaza la hipótesis la nula y se acepta la hipótesis alterna

Resultado:

Tabla 57.

Coeficiente de correlación entre la relación entre Business Intelligence y toma de decisiones

Correlaciones			Business Intelligence (Agrupada)	Toma de decisiones (Agrupada)
Tau_b de Kendall	Business Intelligence (Agrupada)	Coeficiente de correlación	1,000	,877**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	42	42
	Toma de decisiones (Agrupada)	Coeficiente de correlación	,877**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	42	42

**. La correlación es significativa en el nivel 0,00 (bilateral).

Interpretación:

La tabla 57 determina un p-valor (Sig.) de $0,000 < 0,05$, de tal forma que se procede a rechazar la hipótesis nula para aceptar la hipótesis alterna, evidenciando la existencia de correlación. Así mismo, un coeficiente de Tau b de Kendall = 0,877 por lo que se concluye: Que existe relación directa y fuerte entre Business Intelligence y toma de decisiones en Cooperativas de ahorro y crédito,

3.2.2. Hipótesis específico 1

H₀: No Existe relación entre Business Intelligence y decisiones estratégicas en Cooperativas de ahorro y crédito, distrito de San Juan de Lurigancho, 2019.

H₁: Existe relación entre Business Intelligence y decisiones estratégicas en Cooperativas de ahorro y crédito, distrito de San Juan de Lurigancho, 2019.

Regla de decisión:

Si el p-valor (sig.) > 0,05, se acepta la hipótesis nula.

Si el p-valor (sig.) < 0,05, se rechaza la hipótesis la nula y se acepta la hipótesis alterna

Resultado:

Tabla 58.

Coeficiente de correlación entre la relación entre Business Intelligence y decisiones estratégicas

Correlaciones			Business Intelligence (Agrupada)	Decisiones estratégicas (Agrupada)
Tau_b de Kendall	Business Intelligence (Agrupada)	Coeficiente de correlación	1,000	,811**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	42	42
	Decisiones estratégicas (Agrupada)	Coeficiente de correlación	,811**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	42	42

** . La correlación es significativa en el nivel 0,00 (bilateral).

Interpretación:

La tabla 58 muestra un p-valor (Sig.) de 0,000 < 0,05, de tal forma que se procede a rechazar la hipótesis nula para aceptar la hipótesis alterna, evidenciando la existencia de correlación. Así mismo, un coeficiente de Tau b de Kendall = 0,811 por ende se concluye: Que existe relación directa y fuerte entre Business Intelligence y decisiones estratégicas en Cooperativas de ahorro y

3.2.3. Hipótesis específico 2

H₀: No Existe relación entre Business Intelligence y decisiones tácticas en Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, 2019.

H₁: Existe relación entre Business Intelligence y decisiones tácticas en Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, 2019.

Regla de decisión:

Si el p-valor (sig.) > 0,05, se acepta la hipótesis nula.

Si el p-valor (sig.) < 0,05, se rechaza la hipótesis la nula y se acepta la hipótesis alterna

Resultado:

Tabla 59.

Coeficiente de correlación entre la relación entre Business Intelligence y decisiones tácticas

Correlaciones			Business Intelligence (Agrupada)	Decisiones tácticas (Agrupada)
Tau_b de Kendall	Business Intelligence (Agrupada)	Coeficiente de correlación	1,000	,822**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	42	42
	Decisiones tácticas (Agrupada)	Coeficiente de correlación	,822**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	42	42

** . La correlación es significativa en el nivel 0,00 (bilateral).

Interpretación:

La tabla 59 muestra un p-valor (Sig.) de 0,000 < 0,05, de tal forma que se procede a rechazar la hipótesis nula para aceptar la hipótesis alterna, evidenciando la existencia de correlación. Así mismo, un coeficiente de Tau b de Kendall = 0,822 así pues se concluye: Que existe relación directa y fuerte entre Business Intelligence y decisiones tácticas en Cooperativas de ahorro y crédito,

3.2.4. Hipótesis específico 3

H₀: No Existe relación entre Business Intelligence y decisiones operativas en Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, 2019.

H₁: Existe relación entre Business Intelligence y decisiones operativas en Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, 2019.

Regla de decisión:

Si el p-valor (sig.) > 0,05, se acepta la hipótesis nula.

Si el p-valor (sig.) < 0,05, se rechaza la hipótesis la nula y se acepta la hipótesis alterna

Resultado:

Tabla 60.

Coeficiente de correlación entre la relación entre Business Intelligence y decisiones operativas

Correlaciones		Business Intelligence (Agrupada)	Decisiones operativas (Agrupada)
Tau_b de Kendall	Business Intelligence (Agrupada)	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,722**
		N	42
	Decisiones operativas (Agrupada)	Coeficiente de correlación	,722**
		Sig. (bilateral)	1,000
		N	42

** . La correlación es significativa en el nivel 0,00 (bilateral).

Interpretación:

La tabla 60 muestra un p-valor (Sig.) de 0,000 < 0,05, de tal forma que se procede a rechazar la hipótesis nula para aceptar la hipótesis alterna, evidenciando la existencia de correlación. Así mismo, un coeficiente de Tau b de Kendall = 0,722 por lo que se concluye: Que existe relación directa y moderada entre Business Intelligence y decisiones operativas en Cooperativas de ahorro y crédito.

IV. DISCUSIÓN

De los logros alcanzados por el estudio de investigación obtenemos como propósito general comprobar el nivel de las dos variables. En el examen de validación de los instrumentos se empezó a emplear el Alfa de Cronbach cuyos resultados alcanzados de la variable Business Intelligence es de 0,803 y de la variable toma de decisiones es de 0,811, entre ambas variables se obtuvo un 0,897 teniendo una alta confiabilidad.

De acuerdo con los estudios estadísticos conseguidos, Business Intelligence y toma de decisiones de Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, 2019, cuyo resultado se especifica en la hipótesis general según el p-valor (Sig.) de $0,000 < 0,05$, de tal forma que se proviene a negar la hipótesis nula para aceptar la hipótesis alterna, evidenciando la existencia de correlación. Así mismo, un coeficiente de Tau b de Kendall = 0,877 por lo que se concluye: Que existe relación directa y fuerte entre Business Intelligence y toma de decisiones en Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, 2019.

Estos resultados demuestran que se relaciona con los resultados de los antecedentes que se alcanzó como antecedente. Según Masson (2018), en su indagación titulada: *“Inteligencia de negocios y su relación con la toma de decisiones efectivas en la empresa comercializadora retail de calzado B Perú, Lima 2016”*. Concluyó, que se consiguió un crecimiento en la eficiencia del 70% en formación de reportes desplegados con indicadores de gestión por área de la organización; con un p-valor (Sig.) de $0,000 < 0,05$, de tal forma que se ejecuta a denegar la hipótesis nula para aceptar la hipótesis alterna, evidenciando la existencia de correlación. La investigación desarrollada otorgó optimar los indicativos de la tienda escogida para el trabajo realizado tal forma tener un control, medición y decidir en período real, de modo que objetar al igual en las otras tiendas adquiriendo disposiciones ya no efectivas sino con conocimiento pura y positiva se realizaría lograr impresiones reales en la facturación y rentabilidad.

Por consiguiente, concuerda con los resultados del autor Marlo (2015), en su trabajo titulado: *“Sistemas de informacion ejecutivo basado en business*

intelligence y la calidad de informacion de los indicadores económico financieros de la Gerencia financiera de la Universidad Peruana Unión”. En resumen, el sistema de información ejecutivo basado en business intelligence contribuyó en la importancia del informe analizado en la dimension tiempo; se disminuyó en un 96,03%; que manifiesta 387

minutos; en la elaboración de los indicadores economico financieros de la gerencia de la Universidad Peruana Unión; en otras palabras, por medio de la ejecucion del sistema, la informacion y los indicadores economico financieros estan aptos a tiempo, con exactitud y estan establecidos en base al tiempo para que los dirigentes puedan manejar aquella informacion en la toma de decisiones; se obtuvo los resultados con la prueba T de Student de $0,000 < 0,05$, por lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, evidenciando la existencia de correlación. En lo que se refiere a la investigación obtenida, ha aprobado hacer un análisis de los dirigentes de la Universidad Peruana Unión, consiguiendo así optimizar la toma de decisiones con relatividad a los distintos indicadores economicos financieros que plasman en el tiempo.

Asi tambien como, Zapata, Sigala y Mirabal (2016), en su trabajo titulado: *Toma de decisiones y estilo de liderazgo: Estudio en medianas empresas*. Se concluyó, de acuerdo a la prueba de esfericidad de Bartlett que dio significativa para $p=0,000 < 0,05$, por tanto rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna; siendo un coeficiente de el test de KMO que dio un valor alto = 0,778 por lo que se resuelve: Que existe relación directa y confiable entre el modo de liderar la gerencia y el procedimiento de toma de decisiones estratégicas y operativas, señalando que frente a las principales no precisamente la existencia del líder transformacional significa una descentralización en la toma de decisiones, entornos que si sucede cuando se maneja las decisiones operativas. La investigación realizada demostró que, es un acto fundamental que indistintamente del tipo de liderazgo, las decisiones estratégicas pueden ser centralizadas en las categorías generales de las estructuras organizativas de las medianas entidades y las operativas son las que frecuentan delegarse “descentralizarse” en los categorías tácticas y operativas, o en los correctos puestos de labor.

V. CONCLUSIÓN

De la totalidad de la información que se alcanzó reunir en la información elaborada nos autorizó ejecutar las conclusiones que a continuación se especifica:

- Se determinó la relación existente entre Business Intelligence y toma de decisiones en Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, 2019 con un (sig.) de $0,000 < 0.05$, el cual nos señalan que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. De igual modo, muestra un coeficiente de Tau b de Kendall = 0,877 por lo que se determina que existe relación directa y fuerte entre las dos variables en la tabla 57.
- Se determinó la relación existente entre Business Intelligence y decisiones estratégicas en Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, 2019 con un (sig.) de $0,000 < 0.05$, el cual nos demuestran que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Al mismo tiempo, muestra un coeficiente de Tau b de Kendall = 0,811 por lo que se determina que existe relación directa y fuerte entre las dos variables en la tabla 58.
- Se determinó la relación existente entre Business Intelligence y decisiones tácticas en Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, 2019 con un (sig.) de $0,000 < 0.05$, el cual nos revelan que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Igualmente, muestra un coeficiente de Tau b de Kendall = 0,822 por lo que se determina que existe relación directa y fuerte entre las dos variables en la tabla 59.
- Se determinó la relación existente entre Business Intelligence y decisiones operativas en Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, 2019 con un (sig.) de $0,000 < 0.05$, el cual nos dicen que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. También, muestra un coeficiente de Tau b de Kendall = 0,722 por lo que se determina que existe relación directa y fuerte entre las dos variables en la tabla 60.

VI. RECOMENDACIÓN

6.1. Recomendaciones a la unidad de estudios

- Se recomienda según tabla 19 figura 10, que las Cooperativas de ahorro y crédito que utilizan la tecnología de un software especializado tomen en consideración que la agencia y el área de ciencias de información funcionen en unidad en la elaboración de los procesos, recopilación de datos; asimismo que el equipo competente posea conocimiento del negocio, puesto que este procedimiento se ha preparado con la mira de acelerar los métodos y no de retardarlos.
- Se sugiere a los gerentes o directivos, innovar y perfeccionar de manera continua sus técnicas de negocio. Clasificando toda la información originada por la empresa, registrando información beneficiosa; que valiéndose de este recurso se convierte el conocimiento necesario para enfrentar las decisiones administrativas y conseguir grandes evoluciones en la gestión institucional. Por consiguiente, se debe hacerse un empleo perfecto de las bases que incluyen y proporcionan información para relacionar los tipos gerenciales esencialmente de ordenación financiera que deben aceptar los distintos negocios.
- Es aconsejable según tabla 26 figura 17, que para optimizar la indagación de información se debe tener primeramente capacitaciones a los socios sobre el empleo de cada módulo que compone la empresa, con el único fin de obtener lo deseado y que no exista conflicto en el progreso de las actividades de una organización. Por consiguiente, es importante entender dichas herramientas para ganar provecho de los diversos escenarios que se puedan mostrar, pues es indudable que la generalización, la disminución de las distancias, la progresiva trascendencia del papel de la información en la vida cotidiana de las personas y compañías modernas, no se quedarán a aguardar a que todos los representantes del sistema económico se adapten a los rasgos volubles que los identifican.

6.2. Recomendaciones académicas

- Del mismo modo proponer que en posteriores investigaciones que tengan en cuenta replicar el presente estudio considerando que la inteligencia de negocios no tiene trascendencia sin una integración absoluta de datos y calidad de datos, por lo tanto deben ser resguardadas con la medida correcta de atención, recursos y financiación. Puesto que la tecnología progresa continuamente y pueden aparecer diversas variables que sean de enorme interés de acuerdo al período en la cual se efectúe una investigación.
- Es sustancial considerar las consecuencias de los descubrimientos tanto para los métodos o procesos de trabajo, con respecto a la toma de decisiones. También deben reconocerse nuevos vacíos en la información o nuevas dificultades de la práctica y plantear nuevos cuestionamientos para las posteriores investigaciones.

VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abbasi, N. (2014). *Integration of Business Intelligence and Knowledge Management – A literature review*. Opinion Section(2), 30-40.
- Aguero, L. (2014). *ESTRATEGIA DE FIDELIZACIÓN DE CLIENTES*. UNIVERSIDAD DE CANTABRIA.
- Ahumada, E., y Perusquia, J. (2016). *Inteligencia de negocios: estrategia para el desarrollo de competitividad en empresas de base tecnológica*. Contaduría y Administración(61), 127-158.
- Angulo, L. (2016). *LA GESTIÓN EFECTIVA DEL CAPITAL DE TRABAJO EN LAS EMPRESAS*. UNIVERSIDAD Y SOCIEDAD(4), 54-57.
- Aportela, I., y Gallego, C. (2015). *La información como recurso estratégico en las empresas de base tecnológica*. Revista General de Información y Documentación(2), 265-285.
- Aravena, P., Moraga, J., Cortes, R., y Manterola, C. (2014). *Validez y Confiabilidad e Investigación Odontológica*. Int. J. Odontostomat(1), 69-75.
- Arias, J., Villasís, M., y Miranda, M. (2016). *El protocolo de investigación III: la población de estudio*. Alergia México(2), 201-206.
- Avellanera, F. (2015). *IMPLEMENTACIÓN DE UN DATAMART COMO HERRAMIENTA DE MEJORA EN LA TOMA DE DECISIONES DEL SERVICIO DE COLOCACIONES BANCARIAS EN UNA ENTIDAD FINANCIERA DEL ESTADO*. LIMA: UNIVERSIDAD SAN MARTIN DE PORRES.
- Berkelaar, B., y Harrison, M. (2017). *Comunicación y Tecnología, Medios y Política de Comunicación*. Oxford Research Encyclopedia of Communication.
- Blanco, F., Ferrando, M., y Matriz Lobato, M. (2015). *Teoría de la inversión*. Madrid: Pirámide.
- Bottaro, F. (2014). *Diseño de los estudios de investigación. Debilidades y fortalezas*. HEMATOLOGÍA(1), 74-83.

- Cabrer, B., y Rico, P. (2015). *Determinantes de la estructura financiera de las empresas españolas*. Estudios de Economía Aplicada(3), 513-531.
- Calcagno, W. (2019, Junio 3). *Business Intelligence y la Teoría de Juegos*. Retrieved from iNEGOCIOS: <https://inegocios.cl/2019/06/03/business-intelligence-y-la-teoria-de-juegos/>
- Camargo, J., Joyanes, L., y Giraldo, L. (2016). *La inteligencia de negocios como una herramienta en la gestión académica*. Revista Científica(24), 110-120.
- Carbonel, J. (2015). *FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN*. LIMA: MACRO.
- Casahuaman, L., y Lujan, C. (2015). *PROPUESTA E IMPLEMENTACIÓN DEL SISTEMA LAST PLANNER, EN UNA EMPRESA CONSTRUCTORA PEQUEÑA, EN LA CONSTRUCCION DE UNA AGENCIA BANCARIA EN LIMA*. LIMA: UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICADAS.
- Casanovas, M., y Beltrán, J. (2013). *La financiación de la empresa*. Barcelona: Profit.
- Causado, E., García, J., Martínez, J., y Herrera, A. (2015). *“Uso de las tecnologías de información y comunicación en las PYMES para la competitividad*. Barranquilla: CORPORACIÓN UNIVERSITARIA LATINOAMERICANA.
- Corral, Y., Corral , I., y Franco Corral , A. (2015). *PROCEDIMIENTOS DE MUESTREO*. REVISTA CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN(46), 151-167.
- Echeverri, M., Sierra, J., y Aguilar, M. (2015). *OPERACIÓN BURSÁTIL EN EL MERCADO DE RENTA FIJA*. Book Publishin Co.
- Espinoza, C. (2014). *Metodología de investigación tecnológica*. Huancayo: Soluciones Gráficas S.A.C.
- García, J., y André, M. (2015). *Implementación del enfoque de reglas de negocio utilizando motores de reglas en el desarrollo de aplicaciones Java*. Ciencias de la Información(1), 41-46.
- García, M., y García, C. (2014). *ESTIMACIÓN DE LA VALIDEZ DE CONTENIDO EN UNA ESCALA DE VALORACIÓN DE GRADO DE VIOLENCIA DE*

- GÉNERO SOPORTADO EN ADOLESCENTES. *Acción Psicológica*(2), 3-20.
- Gomes, J., y Pereira, C. (2017). *Extensión del BPMNO para el enfoque de reglas de negocio en el desarrollo de sistemas*. *Técnica Administrativa*(4)
- Gutiérrez, J., y Molina, B. (2015). *Identificación de técnicas de minería de datos para apoyar la toma de decisiones en la solución de problemas empresariales*. *ONTARE*(2), 33-51.
- Hasperué, W. (2014). *Extracción de Conocimiento en Grandes Bases de Datos Utilizando Estrategias Adaptativas*. Buenos Aires: Edulp.
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P. (2014). *METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN*. México: McGraw-Hill Education.
- Indacochea, A. (2014). *La Prospectiva Estratégica y los Estudios de Futuro*. *Strategia*.
- Jaramillo, A., y Paz, H. (2015). *Aplicación de Técnicas de Minería de Datos para Determinar las Interacciones de los Estudiantes en un Entorno Virtual de Aprendizaje*. *Tecnológica ESPOL*(1), 64-90.
- Jiménez, M. (2014). *Bases de datos relacionales y modelado de datos*. Málaga: IC Editorial.
- Jordán, J. (2016). *La técnica de construcción y análisis de escenarios en los estudios de Seguridad y Defensa*. *GESI*, 1-14.
- Kubiak, B., y Másłankowshi, J. (2015). *INFORMATION MANAGEMENT IN PRACTICE*. Gdansk: Faculty of Management.
- Leiber, K. (2016). *Business Intelligence and Strategic Decision Making: Past and Future Directions*. *ACADEMIA*, 1-20.
- López, S., Salazar, G., y Gil, A. (2013). *LA RACIONALIDAD EN LA TOMA DE DECISIONES*. *Graficas Disciplinarias de la U.C.P.*(21), 41-55.
- López, M., y Guerrero, R. (2018). *Modelo de inteligencia de negocio y analítica en la nube para pymes del sector retail en Perú*. *Ingeniería Solidaria*(24), 1-17.
- Lugo, S., Maldonado, G., y Murata, C. (2014). *Inteligencia artificial para asistir el diagnóstico clínico en medicina*. *Alergia México*(2), 110-120.

- Mallo, C., y Rocafor, A. (2014). *Contabilidad de Dirección para la toma de decisiones*. Barcelona: Profit.
- Marceliano, N. (2018). *INTELIGENCIA DE NEGOCIOS PARA LA TOMA DE DECISIONES ESTRATÉGICAS EN LA EMPRESA FECOPE E.I.R.L. HUARAZ: UNIVERSIDAD NACIONAL SANTIAGO ANTÚNEZ DE MAYOLO*.
- Marlo, W. (2015). *SISTEMA DE INFORMACIÓN EJECUTIVO BASADO EN BUSINESS INTELLIGENCE Y LA CALIDAD DE INFORMACIÓN DE LOS INDICADORES ECONÓMICO FINANCIEROS DE LA GERENCIA FIANNCIERA DE LA UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN*. Lima: Universidad Peruana Unión.
- Martínez, M. (2015). *Administración de reglas de negocio en el ciclo de vida de los sistemas de información*. La Habana: Universitaria.
- Martínez, M., y March, T. (2015). *CARACTERIZACIÓN DE LA VALIDEZ Y CONFIABILIDAD EN EL CONSTRUCTO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN SOCIAL*. REDHECS(20), 107-127.
- Masson, A. (2018). *LA INTELIGENCIA DE NEGOCIOS Y SU RELACIÓN CON LA TOMA DE DECISIONES EFECTIVAS EN LA EMPRESA COMERCIALIZADORA RETAIL DE CALZADO B PERÚ, LIMA 2016*. Lima: Universidad Privada del Norte.
- Meyer, A., y Schmid, V. (2014). *Pattern Recognition and Signal Analysis in Medical Imaging*. Waltham: Elsevier.
- Michalus, J., Sarache, W., y Hernández, G. (2015). *MÉTODO DE EXPERTOS PARA LA EVALUACIÓN EX-ANTE DE UNA SOLUCIÓN ORGANIZATIVA*. Visión de Futuro(1), 1-17.
- Millán, A., Montoya, I., y Montoya, L. (2015). *ANÁLISIS DE LAS DECISIONES ESTRATÉGICAS: CASO UNE EPM TELECOMUNICACIONES*. Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión(1), 267-287.
- Montoya, P., y Cogollo, S. (2018). *Situaciones y retos de la investigación en Latinoamérica*. Medellín: Universidad Católica Luis Amigó.

- Morelo, K. (2014). *SISTEMA PARA CARACTERIZACIÓN DE PERFILES DE CLIENTES DE LA EMPRESA ZONA T. CARTAGENA: UNIVERSIDAD DE CARTAGENA.*
- Muñoz, H., Osorio, R., y Zúñiga, L. (2016). *Inteligencia de Negocios. Clave del Éxito en la era de Información.* Clio América(20), 194-211.
- Murillo, M., y Cáceres, G. (2013). *Business intelligence y la toma de decisiones financieras: una aproximación teórica.* Logos, Ciencia & Tecnología(1), 119-138.
- Niño, A. (2016). *Acercamiento a la visibilidad de la información en salud en Colombia y la Biblioteca Virtual de Salud Nacional.* Repertorio de Medicina y Cirugía(4), 228-231.
- Nole, G. (2015). *ESTRATEGIAS DE COBRANZA Y SU RELACIÓN CON LA MOROSIDAD DE PAGOS DE SERVICIOS EN LA ZONAL FERREÑAFE DE LA ENTIDAD PRESTADORA DE SERVICIOS DE SANEAMIENTO DE LA LAMBAYEQUE S.A.* Pimentel: Universidad Señor de Sipán.
- Núñez, Y., y Boggiano, M. (2015). *Generación automática de reglas de negocio en bases de datos para la implementación del sistema de información SIMCO.* GECONTEC(2), 26-35.
- Núñez, A., Guitart, L., y Baraza, X. (2015). *DIRECCIÓN DE OPERACIONES.* BARCELONA: UOC.
- Ñaupas, H., Mejía, E., Novoa, E., y Villagómez, A. (2014). *Metodología de la investigación Cuantitativa - Cualitativa y Redacción dde la Tesis.* Bogotá: Ediciones de la U.
- Pedrosa, I., Suárez, J., y García, E. (2014). *EVIDENCIAS SOBRE LA VALIDEZ DE CONTENIDO: AVANCES TEÓRICOS Y MÉTODOS PARA SU ESTIMACIÓN.* Acción Psicológica(2), 3-20.
- Peña, J. (2016). *TOMA DE DECISIONES GERENCIALES EN EMPRESAS CONSTRUCTORAS RESIDENCIALES.* BOGOTÁ: UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA.
- Pérez, S. (2014). *LOS PROGRAMAS PARADIGMÁTICOS DE LA CONTABILIDAD SIGLO XXI.* Entramado(1), 126-148.

- Quiroa, C. (2014). *Toma de decisiones y productividad laboral*. Quetzaltenango: Universidad Rafael Landívar.
- Rivera, J., Flores, F., Alpuche, A., y Martínez, A. (2017). *Evaluación de reactivos de opción múltiple en medicina. Evidencia de validez de un instrumento*. *Investigación en Educación Médica*(21), 8-15.
- Rodríguez, Y., y Pinto, M. (2010). *Evolución, particularidades y carácter informacional de la toma de decisiones organizacionales*. *Acimed*(21).
- Sánchez, O. (2014). *MODELO DE INTELIGENCIA DE NEGOCIO PARA LA TOMA DE DECISIONES EN LA EMPRESA SAN ROQUE S.A.* Trujillo: UNIVERSIDAD PRIVADA ANTENOR ORRREGO.
- Sin, K., y Muthu, L. (2015). *APPLICATION OF BIG DATA IN EDUCATION DATA MINING AND LEARNING ANALYTICS – A LITERATURE REVIEW*. *ICTACT JOURNAL ON SOFT COMPUTING*, 1035-1049.
- Torres, M., y Paz, K. (2015). *MÉTODOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS PARA UNA INVESTIGACIÓN*. *ResearchGate*(03), 1-21.
- Vanegas, E., y Guerra, L. (2013). *Sistema de inteligencia de negocios para el apoyo al proceso de toma de decisiones*. *INGENIERÍA UC*(3), 25-34.
- Vega, J., y Schutzler, J. (2017). *Determinantes del uso de fuentes externas de conocimiento en los procesos de innovación empresarial: la importancia de la dimensión regional*. *Espacios*(19), 23-41.
- Yao, X., y Van, B. (2014). *Information Extraction over Structured Data: Question Answering with Freebase*. *Association for Computational Linguistics*, 956-966.
- Yuni, J., y Urbano, C. (2014). *Técnicas para Investigar: recursos metodológicos para la preparación de proyectos de investigación*. Córdoba: Brujas.
- Zapata, G., Sigala, L., y Mirabal, A. (2016). *TOMA DE DECISIONES Y ESTILO DE LIDERAZGO: ESTUDIO EN MEDIANAS EMPRESAS*. *Compendium*(36), 35-59.

ANEXOS.

1. Matriz de operacionalización de variables
2. Matriz de consistencia
3. Instrumento
4. Validación
5. Autorización para el acceso a información
6. Base de datos
7. Análisis de fiabilidad de Item por Item de variables
8. Porcentaje de turnitin

ANEXO 1.

Matriz de operacionalización de variables

VARIABLES	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICION	INSTRUMENTO
Business Intelligence	Es la combinación de prácticas, capacidades y tecnologías usadas por las compañías para recopilar e integrar la información, aplicar reglas del negocio y asegurar la visibilidad de la información en función de una mejor comprensión del mismo y, en última instancia, para mejorar el desempeño (Muñoz, Osorio, y Zúñiga, 2016, p. 195).	Business Intelligence se clasifica en tres dimensiones tales como recopilación e integración de información llamado esta (minería de datos), reglas de negocio y visibilidad de información, ya que ahorrará elevadas sumas de dinero a la organización y se obtendrá mayores oportunidades de negocio.	Minería de datos	Recopilación de los datos	Escala de Likert Nunca Casi nunca Algunas veces Casi siempre Siempre	Cuestionario
				Extracción de información		
				Reconocimiento de patrones		
			Reglas de negocio	Reglas de modelo de datos	Escala de Likert Nunca Casi nunca Algunas veces Casi siempre Siempre	Cuestionario
				Reglas de restricción		
				Reglas de relación		
			Visibilidad de la información	Información interna	Escala de Likert Nunca Casi nunca Algunas veces Casi siempre Siempre	Cuestionario
				Información externa		

Toma de decisiones	Es un procedimiento constante con el que los gestores de una organización afrontan cada día, ya que la entidad establece un proceso constante uniendo el presente con el futuro deseado. Es por ello que para tomar mejores decisiones en las entidades financieras se debe tener noción de las decisiones estratégicas, tácticas y operativas para un mejor nivel de éxito empresarial (Mallo y Racaford, 2014).	La toma de decisiones se agrupan en tres categorías: decisiones estratégicas, tácticas y operativas, ya que estas sirven para crear un conocimiento que ayuda tomar mejores decisiones en la cooperativa y optimizar los procedimientos que se llevan a cabo en ella.	Decisiones Estratégicas	Análisis de escenarios	Escala de Likert Nunca Casi nunca Algunas veces Casi siempre Siempre	Cuestionario
				Fidelización de cliente		
			Decisiones Tácticas	Ubicación de agencias	Escala de Likert Nunca Casi nunca Algunas veces Casi siempre Siempre	Cuestionario
				Técnicas de cobranzas		
			Decisiones Operativas	Perfil del cliente	Escala de Likert Nunca Casi nunca Algunas veces Casi siempre Siempre	Cuestionario
				Colocaciones		

ANEXO 2.

Matriz de consistencia

Business Intelligence y toma de decisiones en Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, 2019.

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES	INDICADORES	METODOLOGIA
GENERAL	GENERAL	GENERAL	BUSINESS INTELLIGENCE	Recopilación de los datos.	<input type="checkbox"/> TIPO DE ESTUDIO El tipo de estudio a realizar es descriptivo-correlacional.
¿Qué relación existe entre Business Intelligence y toma de decisiones en Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, 2019?	Determinar qué relación existe entre Business Intelligence y toma de decisiones en Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, 2019.	Existe relación entre Business Intelligence y toma de decisiones en Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, 2019.		Extracción de información. Reconocimiento de patrones. Reglas de modelo de datos. Reglas de restricción. Reglas de relación. Información interna. Información externa.	<input type="checkbox"/> DISEÑO DE ESTUDIO El tipo de diseño a realizar es no experimental, porque no manipularemos las variables. POBLACIÓN Y MUESTRA Se utilizara el muestro probabilístico.

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES	INDICADORES	METODOLOGIA
ESPECIFICO	ESPECIFICO	ESPECIFICO	TOMA DE DECISIONES	Análisis de escenarios Fidelización de clientes Ubicación de agencias Técnicas de cobranza Perfil del cliente Colocaciones	<div> <div>TAMAÑO DE MUESTRA</div> <div>14 Empresas</div> </div>
¿Qué relación existe entre Business Intelligence y las decisiones estratégicas en Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, 2019?	Determinar el nivel de relación entre Business Intelligence con las decisiones estratégicas en Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, 2019.	Existe relación entre Business Intelligence y decisiones estratégicas en Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, 2019,			
ESPECIFICO	ESPECIFICO	ESPECIFICO			<div> <div>TÉCNICAS E INSTRUMENTOS</div> <div>Técnica: La técnica a utilizar será la encuesta Instrumento: El instrumento será el cuestionario que es de elaboración propia.</div> </div>
¿Qué relación existe entre Business Intelligence y las decisiones tácticas en Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, 2019?	Determinar el nivel de relación entre Business Intelligence con las decisiones tácticas en Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, 2019.	Existe relación entre Business Intelligence y decisiones tácticas en Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, 2019,			

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPOTESIS			
ESPECIFICO	ESPECIFICO	ESPECIFICO			
¿Qué relación existe entre Business Intelligence y las decisiones operativas en Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, 2019?	Determinar el nivel de relación entre Business Intelligence con las decisiones operativas en Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, 2019.	Existe relación entre Business Intelligence y decisiones operativas en Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, 2019,			

ANEXO 3.

Cuestionario

Está dirigida los gerentes y directivos de las Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, por ser la población objetiva de la presente investigación.

Business Intelligence y toma de decisiones en Cooperativas de ahorro y crédito, distrito de San Juan de Lurigancho, 2019.						
INSTRUCCIONES: Marca con una (X) en la alternativa que Ud. Considere conveniente 1= Nunca 2= Casi nunca 3= Algunas veces 4= Casi siempre 5= Siempre						
Nº	DIMENSIONES / ítems					
VARIABLE I : BUSINESS INTELLIGENCE						
DIMENSIÓN 1: MINERÍA DE DATOS		1	2	3	4	5
1	Con la minería de datos la empresa puede mejorar la atención al cliente a partir de la información obtenida					
2	La minería de datos ahorra costes a la empresa para dar nuevas oportunidades de negocio					
3	La calidad de los datos es la clave del éxito de un almacén de datos					
4	Resultan eficaces las técnicas de minería de datos incorporadas en la empresa					
5	El análisis en aplicación de minería de datos incorpora técnicas de reconocimiento de patrones					
6	A partir del uso de la minería de datos surgen nuevas aplicaciones como la minería de textos como también la minería de datos web					
7	La minería de datos como herramienta de búsqueda de información se utiliza como sistema de apoyo a la toma de decisiones de las altas direcciones de las empresas					
DIMENSIÓN 2: REGLAS DE NEGOCIO						
8	Las normas establecidas están alineadas a las políticas de la empresa					
9	Los gestores definen las reglas mediante un excelente análisis de sus procesos					
10	Para que estas reglas de negocio funcionen es necesario que utilicen la tecnología de un software especializado					
11	Se controla eficazmente la evolución de la ejecución presupuestaria					
12	Implementan un organigrama funcional en la empresa con sus funciones teniendo en cuenta las reglas de negocio					
13	Establece de un cuadro de mando que sintetice todas las coordenadas de la evolución de su empresa					
DIMENSIÓN 3: VISIBILIDAD DE LA INFORMACIÓN						
14	Los navegadores facilitan la accesibilidad a los usuarios para hacer más visible la información de sus sitios web					
15	Una buena información da a conocer la realidad del entorno empresarial					
16	Dispone de medios adecuados como los canales de difusión para dar a conocer sus servicios					
17	Los sitios de búsqueda son fáciles de entender por los clientes					

18	La experiencia del usuario puede contribuir a la visibilidad de la información					
VARIABLE II: TOMA DE DECISIONES						
DIMENSIÓN 1: DECISIONES ESTRATÉGICAS						
19	Analizan continuamente que eventos a futuros podrían ocasionar pérdidas en la Cooperativa					
20	Es fundamental planificar estrategias para tomar buenas decisiones					
21	Las estrategias utilizadas por la empresa son las más eficaces para brindar un buen servicio					
22	Los socios antes de hacer una inversión hacen un análisis del escenario financiero para conocer los posibles riesgos en su economía					
23	En cuanto a las estrategias de fidelización la cooperativa satisface las necesidades del cliente cubriendo sus expectativas					
24	Las cooperativas están en capacidad de desarrollar estrategias que les permita aumentar el número de asociados					
DIMENSION 2: DECISIONES TÁCTICAS						
25	Cuentan con suficientes agencias como para que el cliente tenga a disponibilidad realizar sus operaciones financieras					
26	Tienen impacto en el desarrollo del negocio pero de ningún modo comprometen el futuro de la empresa					
27	Las técnicas de cobranza utilizadas en la cooperativa les permite tener una mejor efectividad en los procesos de cobros					
28	Mantienen una eficaz comunicación con el socio que haya incurrido en mora con la intención de llegar a un acuerdo adecuado que impida los procesos judiciales					
29	Cuentan con un sistema integral de cobranza que permita al personal tomar medidas eficientes para la recuperación de la deuda de los socios					
30	Las decisiones tácticas involucra a los altos mandos de la organización					
DIMENSION 3: DECISIONES OPERATIVAS						
31	Conocer la operatividad diaria de la compañía le permite saber las dificultades en las que se encuentra su personal día a día					
32	Hay buena disposición por parte de los socios a incrementar su participación en las cooperativas					
33	Conocen si los socios de la cooperativa toman parte en otras organizaciones					
34	Las decisiones que se toman en el nivel más alto de los directivos muchas veces afectan a sus socios					
35	Las colocaciones bancarias que se otorgan a los clientes representan un incremento mayor con respecto al año anterior					

ANEXO 4.

Documentos para validar los instrumentos de medición a través de juicio de expertos

 UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor: Dr. Mgtr. FERNANDEZ DÁVILA VILLAFUENTE JOSÉ LUIS

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS.

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle mis saludos y asimismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiante de la escuela de Contabilidad de la UCV, en la sede de San Juan de Lurigancho, promoción 2019, requiero validar los instrumentos con los cuales recogeré la información necesaria para poder desarrollar la investigación para optar el título profesional de Licenciado en Contabilidad.

El título del proyecto de investigación es: ***"Business Intelligence y toma de decisiones en Cooperativas de ahorro y crédito, distrito de San Juan de Lurigancho, 2019"*** y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en tema de psicología, educación y/o investigación.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene lo siguiente:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.
- Protocolo de evaluación del instrumento

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración, me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.


Firma
Rodríguez Reyes Nickoll Stefanny
D.N.I: 73142738



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Observaciones: _____

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [X] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador Dr./ M^a: Fernando David Vallejo DNI: 06582225

Especialidad del validador: Psicología

10 de 10 del 2019

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión


Firma del Experto Informante.
Especialidad



CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor: Dr. Mgtr. MARCELO GONZÁLES MATOS

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS.

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle mis saludos y asimismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiante de la escuela de Contabilidad de la UCV, en la sede de San Juan de Lurigancho, promoción 2019, requiero validar los instrumentos con los cuales recogeré la información necesaria para poder desarrollar la investigación para optar el título profesional de Licenciado en Contabilidad.

El título del proyecto de investigación es: *"Business intelligence y toma de decisiones en Cooperativas de ahorro y crédito, distrito de San Juan de Lurigancho, 2019"* y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en tema de psicología, educación y/o investigación.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene lo siguiente:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.
- Protocolo de evaluación del instrumento

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración, me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.

Firma

Rodríguez Reyes Nickoll Stefanny

D.N.I: 73142738



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Observaciones: _____

Opinión de aplicabilidad: Aplicable ☒ No aplicable ☐

Aplicable después de corregir ☐

Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg: Fernando Suarez

DNI: 08711426

Especialidad del validador: _____

3 de 10 del 2019

- ¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto técnico formulado.
²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión


Firma del Experto Informante.
Especialidad

CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor: Dr. Mgtr. PONCE CACEDA JUAN MANUEL

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS.

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle mis saludos y asimismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiante de la escuela de Contabilidad de la UCV, en la sede de San Juan de Lurigancho, promoción 2019, requiero validar los instrumentos con los cuales recogeré la información necesaria para poder desarrollar la investigación para optar el título profesional de Licenciado en Contabilidad.

El título del proyecto de investigación es: ***"Business intelligence y toma de decisiones en Cooperativas de ahorro y crédito, distrito de San Juan de Lurigancho, 2019"*** y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en tema de psicología, educación y/o investigación.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene lo siguiente:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.
- Protocolo de evaluación del instrumento

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración, me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.



Firma
Rodríguez Reyes Nickoll Stefanny
D.N.I: 73142738



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Observaciones: _____

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [X] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador Dr. (Mg.) Ponce Caceres, Juan Manuel DNI: 07072779

Especialidad del validador: FINANZAS

10 de octubre del 2019

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto técnico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Firma del Experto Informante.

Especialidad

CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor: Dr. Mgtr. CAMPOS HUAMÁN NANCY

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS.

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle mis saludos y asimismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiante de la escuela de Contabilidad de la UCV, en la sede de San Juan de Lurigancho, promoción 2019, requiero validar los instrumentos con los cuales recogeré la información necesaria para poder desarrollar la investigación para optar el título profesional de Licenciado en Contabilidad.

El título del proyecto de investigación es: ***"Business intelligence y toma de decisiones en Cooperativas de ahorro y crédito, distrito de San Juan de Lurigancho, 2019"*** y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en tema de psicología, educación y/o investigación.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene lo siguiente:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.
- Protocolo de evaluación del instrumento

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración, me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.



Firma
Rodríguez Reyes Nickoll Stefanny
D.N.I: 73142738



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Observaciones: _____

Opinión de aplicabilidad: Aplicable ☒ No aplicable ☐ Aplicable después de corregir ☐

Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg: CAMPOS HUAMAN NANCY DNI: 08113034

Especialidad del validador: FINANZAS

10 de 10 del 2019

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Firma del Experto Informante.

Especialidad

ANEXO 5.

Autorización para el acceso a información

	MUNICIPALIDAD DE SAN JUAN DE LURIGANCHO	GERENCIA DE DESARROLLO ECONOMICO SUB GERENCIA DE FORMALIZACIÓN Y PROMOCIÓN EMPRESARIAL
<i>"Año de la Lucha contra la Corrupción y la Impunidad"</i>		
San Juan de Lurigancho, 20 de Junio del 2019		
<u>CARTA N° 316-2019-SGFyPE-GDE/MDSJL</u>		
Señorita NICKOLL STEFANNY RODRIGUEZ REYES <u>Presente.-</u> De mi especial consideración:		
<u>REF. : Registro N° 41604-R1-2019</u>		
Tengo el agrado de dirigirme a usted, para expresarle mi cordial saludo, y en atención al documento de referencia, solicita relación de Cooperativas de Ahorro y Crédito en el distrito San Juan de Lurigancho.		
Al respecto, en virtud, al requerimiento por su persona, se adjunta listado de Cooperativas de Ahorro y Crédito instalados en San Juan de Lurigancho.		
Sin otro particular, es propicia la ocasión para expresar los sentimientos de mi especial consideración.		
Atentamente,		
 Lic. Rosa Bautista N. Varro SUB GERENCIA DE FORMALIZACIÓN Y PROMOCIÓN EMPRESARIAL		
RBN/Inr.		
<hr/> Municipalidad de San Juan de Lurigancho Sede Central: Jr. Los Amautas 180 - Urb. Zúrate Central Telefónica: 458 0509 - Fax: 376 2666 www.municipal.gob.pe		

COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO

NOMBRE CONTR.	GIRO	DIRECCION
COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO NUEVO MILENIO LTDA	COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO	SV. MZ. D.L.T. 16 - AA.HH. SOMOS LIBRES
COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO NUEVO MILENIO LTDA	COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO	JR. LAS PIEDRECILLAS N° 410 MZ. Q-1 LT. 02 - COOP. LA HUAYRONA
COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO NUEVO MILENIO LTDA	COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO	AV. GRAN CHIMU N° 170 DPTO. A - URB. ZARATE
CAJA MUNICIPAL AHORRO Y CREDITO SULLANA S.A.	CAJA MUNICIPAL COOPERATIVA DE AHORRO	AV. CANTO GRANDE N° 5/N MZ. D.L.T. 1 - COOP. VALLE SHARON
COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO NUEVO MILENIO LTDA	AGENCIA FINANCIERA COOPERATIVA	AV. GRAN CHIMU N° 1016 DPTO. PRIMER PISO MZ. H-5 LT. 04 - URB. ZARATE
COOPERATIVA DE SERVICIOS MULTIPLES SHEFA	COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO	AV. EL SOL N° 423-427 MZ. F.L.T. 21 y 22 - PARC. SEM.B. CANTO GRANDE UNIDAD 12
COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO KUSKALLA	COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO	AV. GRAN CHIMU N° 1151 - URB. ZARATE
COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO SAN CRISTOBAL DE HUAMANGA LTDA.	COOPERATIVA	AV. PROCERES DE LA INDEPENDENCIA N° 2053 MZ. A-2 LT. 24-A - APV SAN HILARION
COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO SAN HILARION DOS MIL LTDA	COOPERATIVA	AV. PROCERES DE LA INDEPENDENCIA MZ. A" LT. 21 - APV SAN HILARION
COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO SAN HILARION LTDA.	COOPERATIVA	AV. GRAN CHIMU N° 521 - 521 A UNID. INMOB. 1 - 2 - URB. ZARATE
COOPAC KORI	COOPERATIVA	MZ. 1-LT. 43 - URB. SAN CARLOS
COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO NUEVO MILENIO LTDA	COOPERATIVAS	SV. MZ. A.L.T. 8 - AA.HH. SOMOS LIBRES
COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO NUEVO MILENIO LTDA	COOPERATIVAS	SV. MZ. TI.LT. 4 - COOP. SAN PEDRO
COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO LOS ANDES COTABUSI AYMARAES	COOPERATIVAS	AV. PROCERES DE LA INDEPENDENCIA N° 1775 MZ. W.L.T. 32-A - APV SAN HILARION

ANEXO 6.

Base de datos.

BUSINESS INTELLIGENCE																						
MINERIA DE DATOS							REGLAS DE NEGOCIO							VISIBILIDAD DE INFORMACION					VARIABLE 1			
P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	V1D1	V1D2	V1D3	V1	
5	3	5	5	5	5	3	5	5	5	5	3	5	3	5	4	3	4	31	28	19	78	
4	2	4	5	2	3	3	5	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	23	25	18	66	
5	4	5	2	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	30	30	21	81	
5	3	3	5	5	5	2	5	5	5	5	5	5	3	5	5	2	5	28	30	20	78	
4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	32	25	22	79	
4	3	4	3	4	2	4	5	4	4	3	4	4	4	4	5	4	5	24	24	22	70	
3	3	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	28	25	20	73	
3	5	3	5	2	5	5	5	3	3	3	3	3	5	3	5	5	5	28	20	23	71	
4	2	4	5	4	5	2	3	4	4	4	4	4	2	4	2	2	3	26	23	13	62	
3	3	3	4	3	5	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	24	19	17	60	
4	2	4	5	3	4	2	5	4	4	4	4	4	2	4	4	2	4	24	25	16	65	
5	3	5	4	5	5	3	4	5	5	5	5	5	3	5	3	3	3	30	29	17	76	
4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	29	24	18	71	
5	4	5	5	2	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	30	30	21	81	
4	3	4	5	4	5	3	5	4	4	4	4	4	3	4	5	3	5	28	25	20	73	
5	3	3	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	3	5	4	3	4	29	30	19	78	
4	2	4	5	4	5	2	5	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	26	25	18	69	
5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	3	4	4	33	30	20	83	
5	3	5	5	1	5	3	5	5	5	5	5	5	3	5	5	3	5	27	30	21	78	
3	5	4	5	4	2	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	28	25	22	75	
4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	2	4	4	4	4	5	4	5	30	23	22	75	
4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	30	25	20	75	
3	5	3	5	3	3	5	5	3	3	3	3	3	5	3	5	5	5	27	20	23	70	

4	2	4	5	4	3	2	5	4	4	4	4	4	2	4	3	2	3	24	25	14	63
3	3	3	4	3	5	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	24	19	17	60
4	2	4	5	4	4	2	5	4	4	4	4	4	2	4	4	2	4	25	25	16	66
5	3	5	4	5	5	3	4	5	5	5	5	5	3	5	3	3	3	30	29	17	76
3	1	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	25	24	18	67
5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	33	30	21	84
4	3	4	5	4	5	3	5	4	4	4	4	4	3	4	5	3	5	28	25	20	73
5	3	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	3	5	4	3	4	31	30	19	80
4	3	4	3	4	2	3	5	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	23	25	18	66
5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	33	30	21	84
5	3	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	3	5	5	2	5	31	30	20	81
4	2	4	5	4	5	5	5	4	4	3	4	4	5	4	4	5	4	29	24	22	75
4	4	3	5	2	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	27	25	22	74
4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	30	25	20	75
3	5	2	5	3	5	5	5	3	3	3	3	3	5	3	5	5	5	28	20	23	71
4	2	4	5	4	3	2	5	4	4	4	4	4	2	4	3	2	3	24	25	14	63
3	3	3	4	3	5	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	24	19	17	60
4	2	4	5	4	4	2	5	4	4	4	4	4	2	4	4	2	4	25	25	16	66
5	3	5	4	5	5	3	4	5	5	5	5	5	3	5	3	3	3	30	29	17	76

TOMA DE DECISIONES																				
DECISIONES ESTRATÉGICAS						DECISIONES TÁCTICAS						DECISIONES OPERATIVAS					VARIABLE 2			
P19	P20	P21	P22	P23	P24	P25	P26	P27	P28	P29	P30	P31	P32	P33	P34	P35	V2D1	V2D2	V2D3	V2
5	4	5	3	5	5	5	5	3	4	5	3	4	3	5	4	3	27	25	19	71
4	4	4	3	4	5	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	24	23	18	65
5	4	5	4	5	3	5	5	4	4	5	3	4	4	5	4	4	26	26	21	73
5	5	5	3	5	5	5	5	3	5	5	5	5	3	5	5	2	28	28	20	76
4	4	4	5	4	3	4	4	5	4	4	3	4	5	4	4	5	24	24	22	70
4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	26	25	22	73
4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	2	4	4	4	4	4	24	23	20	67
3	5	3	5	3	5	3	3	5	5	3	5	5	5	3	5	5	24	24	23	71
4	3	3	2	4	5	4	4	2	3	4	4	3	2	4	2	2	21	21	13	55
3	4	3	3	3	5	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	21	19	17	57
4	4	4	2	4	4	4	4	2	4	4	2	4	2	4	4	2	22	20	16	58
5	3	5	3	5	5	5	5	3	3	5	4	3	3	5	3	3	26	25	17	68
4	3	4	4	4	5	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	24	22	18	64
5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	28	27	21	76
4	5	4	3	4	5	4	4	3	5	4	3	5	3	4	5	3	25	23	20	68
5	4	5	3	5	5	5	5	3	4	5	3	4	3	5	4	3	27	25	19	71
4	4	4	3	4	5	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	24	22	18	64
5	4	5	4	5	3	5	5	4	4	5	4	4	4	5	3	4	26	27	20	73
5	5	5	3	5	5	5	5	3	5	5	3	5	3	5	5	3	28	26	21	75
4	4	4	5	4	3	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	24	26	22	72
4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	26	25	22	73
4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	23	24	20	67
3	5	3	5	3	5	3	3	5	5	3	5	5	5	3	5	5	24	24	23	71
4	3	3	2	4	5	4	4	2	3	4	2	3	2	4	3	2	21	19	14	54
3	4	3	3	3	5	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	21	19	17	57
4	4	2	3	4	4	2	4	3	4	4	2	4	2	4	4	2	21	19	16	56
5	3	5	3	5	5	5	5	3	3	5	3	3	3	5	3	3	26	24	17	67
4	3	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	24	23	18	65

5	4	5	4	5	5	5	5	4	2	5	4	4	4	5	4	4	28	25	21	74
4	5	4	3	4	5	4	4	3	5	4	3	5	3	4	5	3	25	23	20	68
5	4	5	3	5	5	5	5	3	4	5	3	4	3	5	4	3	27	25	19	71
4	4	4	3	4	5	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	24	21	18	63
5	4	5	4	5	3	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	26	27	21	74
5	5	5	3	5	5	5	5	3	5	5	3	5	3	5	5	2	28	26	20	74
4	2	4	5	4	3	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	22	26	22	70
4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	26	26	22	74
4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	23	24	20	67
3	5	3	5	3	5	3	3	5	5	3	5	5	5	3	5	5	24	24	23	71
4	3	2	2	4	5	4	4	2	3	4	2	3	2	4	3	2	20	19	14	53
3	4	3	3	3	5	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	21	19	17	57
4	4	4	2	4	4	4	4	2	4	4	2	4	2	4	4	2	22	20	16	58
5	3	5	3	5	5	5	5	3	3	5	3	3	3	5	3	3	26	24	17	67

ANEXO 7.

Análisis de fiabilidad de ítem por ítem de la variable Business Intelligence

Estadísticas de total de elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de el escala si el elemento se ha suprimido	Correlación de el total elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
1.- Con la minería de datos la empresa puede mejorar la atención al cliente a partir de la información obtenida	68,43	40,544	,631	,779
2.- La minería de datos ahorra costes a la empresa para dar nuevas oportunidades de negocio	69,33	41,545	,348	,797
3.- La calidad de los datos es la clave del éxito de un almacén de datos	68,50	41,768	,474	,788
4.- Resultan eficaces las técnicas de minería de datos incorporadas en la empresa	67,90	46,186	,039	,812
5.- El análisis en aplicación de minería de datos incorpora técnicas de reconocimiento de patrones	68,67	42,520	,262	,804
6.- A partir del uso de la minería de datos surgen nuevas aplicaciones como la minería de textos como también la minería de datos web	68,02	43,195	,238	,804
7.- La minería de datos como herramienta de búsqueda de información se utiliza como sistema de apoyo a la toma de decisiones de las altas direcciones de las empresas	69,14	42,613	,277	,802

8.- Las normas establecidas están alineadas a las políticas de la empresa	67,79	44,563	,346	,797
9.- Los gestores definen las reglas mediante un excelente análisis de sus procesos	68,36	40,577	,702	,776
10.- Para que estas reglas de negocio funcionen es necesario que utilicen la tecnología de un software especializado	68,36	40,577	,702	,776
11.- Se controla eficazmente la evolución de la ejecución presupuestaria	68,45	40,985	,536	,784
12.- Implementan un organigrama funcional en la empresa con sus funciones teniendo en cuenta las reglas de negocio	68,40	41,125	,621	,781
13.- Establece de un cuadro de mando que sintetice todas las coordenadas de la evolución de su empresa	68,36	40,577	,702	,776
14.- Los navegadores facilitan la accesibilidad a los usuarios para hacer más visible la información de sus sitios web	69,10	42,430	,316	,799
15.- Una buena información da a conocer la realidad del entorno empresarial	68,36	40,577	,702	,776
16.- Dispone de medios adecuados como los canales de difusión para dar a conocer sus servicios	68,52	45,524	,094	,810

17.- Los sitios de búsqueda son fáciles de entender por los clientes	69,14	43,199	,229	,805
18.- La experiencia del usuario puede contribuir a la visibilidad de la <u>información</u>	68,48	45,426	,126	,807

Análisis de fiabilidad de ítem por ítem de la variable toma de decisiones

Estadísticas de total de elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación de el total elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
19.- Analizan continuamente que eventos a futuros podrían ocasionar pérdidas en la Cooperativa	62,90	41,015	,401	,801
20.- Es fundamental planificar estrategias para tomar buenas decisiones	63,07	40,897	,361	,803
21.- Las estrategias utilizadas por la empresa son las más eficaces para brindar un buen servicio	63,05	37,607	,628	,785
22.- Los socios antes de hacer una inversión hacen un análisis del escenario financiero para conocer los posibles riesgos en su economía	63,62	38,388	,520	,793
23.- En cuanto a las estrategias de fidelización la cooperativa satisface las necesidades del cliente cubriendo sus expectativas	62,90	41,015	,401	,801

24.- Las cooperativas están en capacidad de desarrollar estrategias que les permita aumentar el número de asociados	62,57	46,983	,246	,839
25.- Cuentan con suficientes agencias como para que el cliente tenga a disponibilidad realizar sus operaciones financieras	62,98	39,877	,456	,798
26.- Tienen impacto en el desarrollo del negocio pero de ningún modo comprometen el futuro de la empresa	62,90	41,015	,401	,801
27.- Las técnicas de cobranza utilizadas en la cooperativa les permite tener una mejor efectividad en los procesos de cobros	63,57	38,153	,504	,794
28.- Mantienen una eficaz comunicación con el socio que haya incurrido en mora con la intención de llegar a un acuerdo adecuado que impida los procesos judiciales	63,07	41,287	,319	,806
29.- Cuentan con un sistema integral de cobranza que permita al personal tomar medidas eficientes para la recuperación de la deuda de los socios	62,90	41,015	,401	,801
30.- Las decisiones tácticas involucra a los altos mandos de la organización	63,64	38,674	,474	,796

31.- Conocer la operatividad diaria de la compañía le permite saber las dificultades en las que se encuentra su personal día a día	63,02	40,512	,458	,798
32.- Hay buena disposición por parte de los socios a incrementar su participación en las cooperativas	63,64	37,894	,548	,790
33.- Conocen si los socios de la cooperativa toman parte activa en otras organizaciones	62,90	41,015	,401	,801
34.- Las decisiones que se toman en el nivel más alto de los directivos muchas veces afectan a sus socios	63,07	40,312	,426	,800
35.- Las colocaciones bancarias que se otorgan a los clientes representan un incremento mayor con respecto al año anterior	63,69	38,756	,436	,799

ANEXO 8.

Encuestas realizadas.

Business Intelligence y toma de decisiones en Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, 2019.					
INSTRUCCIONES: Marque con una (X) en la alternativa que Ud. considere conveniente 1= Nunca 2= Casi nunca 3= Algunas veces 4= Casi siempre 5= Siempre					
Nº	DIMENSIONES / Ítem				
	VARIABLE I : BUSINESS INTELLIGENCE				
	DIMENSIÓN 1: MINERÍA DE DATOS	1	2	3	4
1	Con la minería de datos la empresa puede mejorar la atención al cliente a partir de la información obtenida				X
2	La minería de datos ahorra costos a la empresa para dar nuevas oportunidades de negocio			X	
3	La calidad de los datos es la clave del éxito de un almacén de datos				X
4	Resultan eficaces las técnicas de minería de datos incorporadas en la empresa				X
5	El análisis en aplicación de minería de datos incorpora técnicas de reconocimiento de patrones				X
6	A partir del uso de la minería de datos surgen nuevas aplicaciones como la minería de textos como también la minería de datos web				X
7	La minería de datos como herramienta de búsqueda de información se utiliza como sistema de apoyo a la toma de decisiones de las altas direcciones de las empresas		X		
	DIMENSIÓN 2: REGLAS DE NEGOCIO				
8	Las normas establecidas están alineadas a las políticas de la empresa				X
9	Los gestores definen las reglas mediante un excelente análisis de sus procesos				X
10	Para que estas reglas funcionen es necesario que utilicen la tecnología de un software especializado				X
11	Se controla eficazmente la evolución de la ejecución presupuestaria				X
12	Implementan un organigrama funcional en la empresa con sus funciones teniendo en cuenta las reglas de negocio			X	
13	Establece de un cuadro de mando que sintetice todas las coordenadas de la evolución de su empresa				X
	DIMENSIÓN 3: VISIBILIDAD DE LA INFORMACIÓN				
14	Los navegadores facilitan la accesibilidad a los usuarios hacer más visible la información de sus sitios web		X		
15	Una buena información da a conocer la realidad del entorno empresarial				X
16	Dispone de medios adecuados como los canales de difusión para dar a conocer sus servicios			X	
17	Los sitios de búsqueda son fáciles de entender por los clientes			X	
18	La experiencia del usuario puede contribuir a la visibilidad de la información				X
	VARIABLE II: TOMA DE DECISIONES				
	DIMENSIÓN 1: DECISIONES ESTRATÉGICAS				
19	Analizan continuamente que eventos a futuro podrían ocasionar pérdidas en la Cooperativa				X
20	Es fundamental planificar estrategias para tomar buenas decisiones			X	
21	Las estrategias utilizadas por la empresa son las más eficaces para brindar un buen servicio				X
22	Los socios antes de hacer una inversión hacen un análisis del escenario financiero para conocer los posibles riesgos en su economía			X	
23	En cuanto a las estrategias de fidelización la cooperativa satisface las necesidades del cliente cubriendo sus expectativas				X
24	Las cooperativas están en capacidad de desarrollar estrategias que les permita aumentar el número de asociados				X
	DIMENSIÓN 2: DECISIONES TÁCTICAS				
25	Cuentan con suficientes agencias como para que el cliente tenga a disponibilidad realizar sus operaciones financieras				X
26	Tienen impacto en el desarrollo del negocio pero de ningún modo comprometen el futuro de la empresa				X
27	Las técnicas de cobranza utilizadas en la cooperativa les permite tener una mejor efectividad en los procesos de cobros			X	
28	Mantienen una eficaz comunicación con el socio que haya incurrido en mora con la intención de llegar a un acuerdo adecuado que impida los procesos judiciales				X
29	Cuentan con un sistema integral de cobranza que permita al personal tomar medidas eficientes para la recuperación de la deuda de los socios				X
30	Las decisiones tácticas involucra a los altos mandos de la organización			X	
	DIMENSIÓN 3: DECISIONES OPERATIVAS				
31	Conocer la operatividad diaria de la compañía le permite saber las dificultades en las que se encuentra su personal día a día				X
32	Hay buena disposición por parte de los socios a incrementar su participación en las cooperativas			X	
33	Conocen si los socios de la cooperativa toman parte en otras organizaciones				X
34	Las decisiones que se toman en el nivel más alto de los directivos muchas veces afectan a tus socios				X
35	Las colocaciones bancarias que se otorgan a los clientes representan un incremento mayor con respecto al año anterior			X	

Business Intelligence y toma de decisiones en Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, 2019.					
INSTRUCCIONES: Marque con una (X) en la alternativa que Ud. Considere conveniente 1= Nunca 2= Casi nunca 3= Algunas veces 4= Casi siempre 5= Siempre					
Nº	DIMENSIONES / Items				
VARIABLE I: BUSINESS INTELLIGENCE					
DIMENSIÓN 1: MINERÍA DE DATOS					
		1	2	3	4
1	Con la minería de datos la empresa puede mejorar la atención al cliente a partir de la información obtenida				X
2	La minería de datos ahorra costos a la empresa para dar nuevas oportunidades de negocio		X		
3	La calidad de los datos es la clave del éxito de un almacén de datos				X
4	Resultan eficaces las técnicas de minería de datos incorporadas en la empresa				X
5	El análisis en aplicación de minería de datos incorpora técnicas de reconocimiento de patrones		X		
6	A partir del uso de la minería de datos surgen nuevas aplicaciones como la minería de textos como también la minería de datos web			X	
7	La minería de datos como herramienta de búsqueda de información se utiliza como sistema de apoyo a la toma de decisiones de las altas direcciones de las empresas			X	
DIMENSIÓN 2: REGLAS DE NEGOCIO					
8	Las normas establecidas están alineadas a las políticas de la empresa				X
9	Los gestores definen las reglas mediante un excelente análisis de sus procesos				X
10	Para que estas reglas funcionen es necesario que utilicen la tecnología de un software especializado				X
11	Se controla eficazmente la evolución de la ejecución presupuestaria				X
12	Implementan un organigrama funcional en la empresa con sus funciones teniendo en cuenta las reglas de negocio				X
13	Establece de un cuadro de mando que sintetice todas las coordenadas de la evolución de su empresa				X
DIMENSIÓN 3: VISIBILIDAD DE LA INFORMACIÓN					
14	Los navegadores facilitan la accesibilidad a los usuarios hacer más visible la información de sus sitios web			X	
15	Una buena información de a conocer la realidad del entorno empresarial				X
16	Dispone de medios adecuados como los canales de difusión para dar a conocer sus servicios				X
17	Los sitios de búsqueda son fáciles de entender por los clientes			X	
18	La experiencia del usuario puede contribuir a la visibilidad de la información				X
VARIABLE II: TOMA DE DECISIONES					
DIMENSIÓN 1: DECISIONES ESTRATÉGICAS					
19	Análizan continuamente que eventos a futuro podrían ocasionar pérdidas en la Cooperativa				X
20	Es fundamental planificar estrategias para tomar buenas decisiones				X
21	Las estrategias utilizadas por la empresa son las más eficaces para brindar un buen servicio				X
22	Los socios antes de hacer una inversión hacen un análisis del escenario financiero para conocer los posibles riesgos en su economía			X	
23	En cuanto a las estrategias de fidelización la cooperativa satisface las necesidades del cliente cubriendo sus expectativas				X
24	Las cooperativas están en capacidad de desarrollar estrategias que les permita aumentar el número de asociados				X
DIMENSIÓN 2: DECISIONES TÁCTICAS					
25	Cuentan con suficientes agencias como para que el cliente tenga a disponibilidad realizar sus operaciones financieras				X
26	Tienen impacto en el desarrollo del negocio pero de ningún modo comprometen el futuro de la empresa				X
27	Las técnicas de cobranza utilizadas en la cooperativa les permite tener una mejor efectividad en los procesos de cobros			X	
28	Mantienen una eficaz comunicación con el socio que haya incurrido en mora con la intención de llegar a un acuerdo adecuado que impide los procesos judiciales				X
29	Cuentan con un sistema integral de cobranza que permita al personal tomar medidas eficientes para la recuperación de la deuda de los socios				X
30	Las decisiones tácticas involucra a los altos mandos de la organización				X
DIMENSIÓN 3: DECISIONES OPERATIVAS					
31	Conocer la operatividad diaria de la compañía le permite saber las dificultades en las que se encuentra su personal día a día				X
32	Hay buena disposición por parte de los socios e incrementar su participación en las cooperativas			X	
33	Conocen si los socios de la cooperativa toman parte en otras organizaciones				X
34	Las decisiones que se toman en el nivel más alto de los directivos muchas veces afectan a sus socios				X
35	Las colocaciones bancarias que se otorgan a los clientes representan un incremento mayor con respecto al año anterior			X	

Business Intelligence y toma de decisiones en Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, 2019.						
INSTRUCCIONES: Marque con una (X) en la alternativa que Ud. Considere conveniente: 1= Nunca 2= Casi nunca 3= Algunas veces 4= Casi siempre 5= Siempre						
Nº	DIMENSIONES / Items					
VARIABLE I: BUSINESS INTELLIGENCE						
DIMENSIÓN 1: MINERÍA DE DATOS		1	2	3	4	5
1	Con la minería de datos la empresa puede mejorar la atención al cliente a partir de la información obtenida					X
2	La minería de datos ahorra costes a la empresa para dar nuevas oportunidades de negocio				X	
3	La calidad de los datos es la clave del éxito de un almacén de datos					X
4	Resultan eficaces las técnicas de minería de datos incorporadas en la empresa		X			
5	El análisis en aplicación de minería de datos incorpora técnicas de reconocimiento de patrones					X
6	A partir del uso de la minería de datos surgen nuevas aplicaciones como la minería de textos como también la minería de datos web					X
7	La minería de datos como herramienta de búsqueda de información se utiliza como sistema de apoyo a la toma de decisiones de las altas direcciones de las empresas				X	
DIMENSIÓN 2: REGLAS DE NEGOCIO						
8	Las normas establecidas están alineadas a las políticas de la empresa					X
9	Los gestores definen las reglas mediante un excelente análisis de sus procesos					X
10	Para que estas reglas funcionen es necesario que utilicen la tecnología de un software especializado					X
11	Se controla eficientemente la evolución de la ejecución presupuestaria					X
12	Implementan un organigrama funcional en la empresa con sus funciones teniendo en cuenta las reglas de negocio					X
13	Establece un cuadro de mando que sintetice todas las coordenadas de la evolución de su empresa					X
DIMENSIÓN 3: VISIBILIDAD DE LA INFORMACIÓN						
14	Los navegadores facilitan la accesibilidad a los usuarios hacer más visible la información de sus sitios web				X	
15	Una buena información da a conocer la realidad del entorno empresarial					X
16	Dispone de medios adecuados como los canales de difusión para dar a conocer sus servicios				X	
17	Los sitios de búsqueda son fáciles de entender por los clientes				X	
18	La experiencia del usuario puede contribuir a la visibilidad de la información				X	
VARIABLE II: TOMA DE DECISIONES						
DIMENSIÓN 1: DECISIONES ESTRATÉGICAS						
19	Analizan continuamente que eventos a futuro podrían ocasionar pérdidas en la Cooperativa					X
20	Es fundamental planificar estrategias para tomar buenas decisiones				X	
21	Las estrategias utilizadas por la empresa son las más eficaces para brindar un buen servicio					X
22	Los socios antes de hacer una inversión hacen un análisis del escenario financiero para conocer los posibles riesgos en su economía				X	
23	En cuanto a las estrategias de fidelización la cooperativa satisface las necesidades del cliente cubriendo sus expectativas					X
24	Las cooperativas están en capacidad de desarrollar estrategias que les permita aumentar el número de asociados			X		
DIMENSIÓN 2: DECISIONES TÁCTICAS						
25	Cuentan con suficientes agencias como para que el cliente tenga a disponibilidad realizar sus operaciones financieras					X
26	Tienen impacto en el desarrollo del negocio pero de ningún modo comprometen el futuro de la empresa					X
27	Las técnicas de cobranza utilizadas en la cooperativa les permite tener una mejor efectividad en los procesos de cobros				X	
28	Mantienen una eficaz comunicación con el socio que haya incurrido en mora con la intención de llegar a un acuerdo adecuado que ingrese los procesos judiciales				X	
29	Cuentan con un sistema integral de cobranza que permita al personal tomar medidas eficientes para la recuperación de la deuda de los socios					X
30	Las decisiones tácticas involucra a los altos mandos de la organización			X		
DIMENSIÓN 3: DECISIONES OPERATIVAS						
31	Conocer la operatividad diaria de la compañía le permite saber las dificultades en las que se encuentra su personal día a día				X	
32	Hay buena disposición por parte de los socios a incrementar su participación en las cooperativas				X	
33	Conocen si los socios de la cooperativa toman parte en otras organizaciones					X
34	Las decisiones que se toman en el nivel más alto de los directivos muchas veces afectan a sus socios				X	
35	Las colocaciones bancarias que se otorgan a los clientes representan un incremento mayor con respecto al año anterior				X	

Business Intelligence y toma de decisiones en Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, 2019.										
INSTRUCCIONES: Marque con una (X) en la alternativa que Ud. Considere conveniente 1= Nunca 2= Casi nunca 3= Algunas veces 4= Casi siempre 5= Siempre										
Nº	DIMENSIONES / Items									
VARIABLE I : BUSINESS INTELLIGENCE										
DIMENSIÓN 1: MINERÍA DE DATOS						1	2	3	4	5
1	Con la minería de datos la empresa puede mejorar la atención al cliente a partir de la información obtenida									X
2	La minería de datos ahorra costes a la empresa para dar nuevas oportunidades de negocio							X		
3	La calidad de los datos es la clave del éxito de un almacén de datos							X		
4	Resultan eficaces las técnicas de minería de datos incorporadas en la empresa									X
5	El análisis en aplicación de minería de datos incorpora técnicas de reconocimiento de patrones									X
6	A partir del uso de la minería de datos surgen nuevas aplicaciones como la minería de textos como también la minería de datos web									X
7	La minería de datos como herramienta de búsqueda de información se utiliza como sistema de apoyo a la toma de decisiones de las altas direcciones de las empresas						X			
DIMENSIÓN 2: REGLAS DE NEGOCIO										
8	Las normas establecidas están alineadas a las políticas de la empresa									X
9	Los gestores definen las reglas mediante un excelente análisis de sus procesos									X
10	Para que estas reglas funcionen es necesario que utilicen la tecnología de un software especializado									X
11	Se controla eficazmente la evolución de la ejecución presupuestaria									X
12	Implementan un organigrama funcional en la empresa con sus funciones teniendo en cuenta las reglas de negocio									X
13	Establece de un cuadro de mando que sintetice todas las coordenadas de la evolución de su empresa									X
DIMENSIÓN 3: VISIBILIDAD DE LA INFORMACIÓN										
14	Los navegadores facilitan la accesibilidad a los usuarios hacer más visible la información de sus sitios web							X		
15	Una buena información da a conocer la realidad del entorno empresarial									X
16	Dispone de medios adecuados como los canales de difusión para dar a conocer sus servicios									X
17	Los sitios de búsqueda son fáciles de entender por los clientes						X			
18	La experiencia del usuario puede contribuir a la visibilidad de la información									X
VARIABLE II: TOMA DE DECISIONES										
DIMENSIÓN 1: DECISIONES ESTRATÉGICAS										
19	Analizan continuamente que eventos a futuro podrían ocasionar pérdidas en la Cooperativa									X
20	Es fundamental planificar estrategias para tomar buenas decisiones									X
21	Las estrategias utilizadas por la empresa son las más eficaces para brindar un buen servicio									X
22	Los socios antes de hacer una inversión hacen un análisis del escenario financiero para conocer los posibles riesgos en su economía							X		
23	En cuanto a las estrategias de fidelización la cooperativa satisface las necesidades del cliente cubriendo sus expectativas									X
24	Las cooperativas están en capacidad de desarrollar estrategias que les permita aumentar el número de asociados									X
DIMENSIÓN 2: DECISIONES TÁCTICAS										
25	Cuentan con suficientes agencias como para que el cliente tenga a disponibilidad realizar sus operaciones financieras									X
26	Tienen impacto en el desarrollo del negocio pero de ningún modo comprometen el futuro de la empresa									X
27	Las técnicas de cobranza utilizadas en la cooperativa les permite tener una mayor efectividad en los procesos de cobros							X		
28	Mantienen una eficaz comunicación con el socio que haya incurrido en mora con la intención de llegar a un acuerdo adecuado que evite los procesos judiciales									X
29	Cuentan con un sistema integral de cobranza que permita al personal tomar medidas eficientes para la recuperación de la deuda de los socios									X
30	Las decisiones tácticas involucra a los altos mandos de la organización									X
DIMENSIÓN 3: DECISIONES OPERATIVAS										
31	Conocer la operatividad diaria de la compañía le permite saber las dificultades en las que se encuentra su personal día a día									X
32	Hay buena disposición por parte de los socios a incrementar su participación en las cooperativas							X		
33	Conocen si los socios de la cooperativa toman parte en otras organizaciones									X
34	Las decisiones que se toman en el nivel más alto de los directivos muchas veces afectan a sus socios									X
35	Las colocaciones bancarias que se otorgan a los clientes representan un incremento mayor con respecto al año anterior						X			

Business Intelligence y toma de decisiones en Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, 2019.					
INSTRUCCIONES: Marque con una (X) en la alternativa que Ud. Considere conveniente 1= Nunca 2= Casi nunca 3= Algunas veces 4= Casi siempre 5= Siempre					
Nº	DIMENSIONES / Ítems				
VARIABLE I: BUSINESS INTELLIGENCE					
DIMENSIÓN 1: MINERÍA DE DATOS		1	2	3	4 5
1	Con la minería de datos la empresa puede mejorar la atención al cliente a partir de la información obtenida				X
2	La minería de datos ahorra costes a la empresa para dar nuevas oportunidades de negocio				X
3	La calidad de los datos es la clave del éxito de un almacén de datos				X
4	Resultan eficaces las técnicas de minería de datos incorporadas en la empresa				X
5	El análisis en aplicación de minería de datos incorpora técnicas de reconocimiento de patrones				X
6	A partir del uso de la minería de datos surgen nuevas aplicaciones como la minería de textos como también la minería de datos web				X
7	La minería de datos como herramienta de búsqueda de información se utiliza como sistema de apoyo a la toma de decisiones de las altas direcciones de las empresas				X
DIMENSIÓN 2: REGLAS DE NEGOCIO					
8	Las normas establecidas están alineados a las políticas de la empresa				X
9	Los gestores definen las reglas mediante un excelente análisis de sus procesos				X
10	Para que estas reglas funcionen es necesario que utilicen la tecnología de un software especializado				X
11	Se controla eficazmente la evolución de la ejecución presupuestaria				X
12	Implementan un organigrama funcional en la empresa con sus funciones teniendo en cuenta las reglas de negocio				X
13	Establece de un cuadro de mando que sintetice todas las coordenadas de la evolución de su empresa				X
DIMENSIÓN 3: VISIBILIDAD DE LA INFORMACIÓN					
14	Los navegadores facilitan la accesibilidad a los usuarios hacer más visible la información de sus sitios web				X
15	Una buena información da a conocer la realidad del entorno empresarial				X
16	Dispone de medios adecuados como los canales de difusión para dar a conocer sus servicios				X
17	Los sitios de búsqueda son fáciles de entender por los clientes				X
18	La experiencia del usuario puede contribuir a la visibilidad de la información				X
VARIABLE II: TOMA DE DECISIONES					
DIMENSIÓN 1: DECISIONES ESTRATÉGICAS					
19	Analizan continuamente que eventos a futuro podrían ocasionar pérdidas en la Cooperativa				X
20	Es fundamental planificar estrategias para tomar buenas decisiones				X
21	Las estrategias utilizadas por la empresa son las más eficaces para brindar un buen servicio				X
22	Los socios antes de hacer una inversión hacen un análisis del escenario financiero para conocer los posibles riesgos en su economía				X
23	En cuanto a las estrategias de fidelización la cooperativa satisface las necesidades del cliente cubriendo sus expectativas				X
24	Las cooperativas están en capacidad de desarrollar estrategias que les permite aumentar el número de asociados			X	
DIMENSIÓN 2: DECISIONES TÁCTICAS					
25	Cuentan con suficientes agencias como para que el cliente tenga a disponibilidad realizar sus operaciones financieras				X
26	Tienen impacto en el desarrollo del negocio pero de ningún modo comprometen el futuro de la empresa				X
27	Las técnicas de cobranza utilizadas en la cooperativa les permite tener una mayor efectividad en los procesos de cobros				X
28	Mantienen una eficaz comunicación con el socio que haya incurrido en mora con la intención de llegar a un acuerdo adecuado que impida los procesos judiciales				X
29	Cuentan con un sistema integral de cobranza que permita al personal tomar medidas eficientes para la recuperación de la deuda de los socios				X
30	Las decisiones tácticas involucra a los altos mandos de la organización			X	
DIMENSIÓN 3: DECISIONES OPERATIVAS					
31	Conocer la operatividad diaria de la compañía le permite saber las dificultades en las que se encuentra su personal día a día				X
32	Hay buena disposición por parte de los socios a incrementar su participación en las cooperativas				X
33	Conocen si los socios de la cooperativa toman parte en otras organizaciones				X
34	Las decisiones que se toman en el nivel más alto de los directivos muchas veces afectan a sus socios				X
35	Las colocaciones bancarias que se otorgan a los clientes representan un incremento mayor con respecto al año anterior				X

Business Intelligence y toma de decisiones en Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, 2019.						
INSTRUCCIONES: Marque con una (X) en la alternativa que DA. Considere convenientemente: (-) Nunca 2= Casi nunca 3= Algunas veces 4= Casi siempre 5= Siempre						
Nº	DIMENSIONES / Items	1	2	3	4	5
VARIABLE I: BUSINESS INTELLIGENCE						
DIMENSIÓN 1: MINERÍA DE DATOS						
1	Con la minería de datos la empresa puede mejorar la atención al cliente a partir de la información obtenida				X	
2	La minería de datos ahorra costes a la empresa para dar nuevas oportunidades de negocio			X		
3	La calidad de los datos es la clave del éxito de un almacén de datos				X	
4	Resultan eficaces las técnicas de minería de datos incorporadas en la empresa			X		
5	El análisis en aplicación de minería de datos incorpora técnicas de reconocimiento de patrones				X	
6	A partir del uso de la minería de datos surgen nuevas aplicaciones como la minería de textos como también la minería de datos web		X			
7	La minería de datos como herramienta de búsqueda de información se utiliza como sistema de apoyo a la toma de decisiones de las altas direcciones de las empresas					X
DIMENSIÓN 2: REGLAS DE NEGOCIO						
8	Las normas establecidas están alineadas a las políticas de la empresa					X
9	Los gestores definen las reglas mediante un excelente análisis de sus procesos				X	
10	Para que estas reglas funcionen es necesario que utilicen la tecnología de un software especializado				X	
11	Se controla eficazmente la evolución de la ejecución presupuestaria			X		
12	Implementan un organigrama funcional en la empresa con sus funciones teniendo en cuenta las reglas de negocio				X	
13	Establece de un cuadro de mando que sintetice todas las coordenadas de la evolución de tu empresa				X	
DIMENSIÓN 3: VISIBILIDAD DE LA INFORMACIÓN						
14	Los navegadores facilitan la accesibilidad a los usuarios hacer más visible la información de sus sitios web				X	
15	Una buena información da a conocer la realidad del entorno empresarial				X	
16	Dispone de medios adecuados como los canales de difusión para dar a conocer sus servicios					X
17	Los sitios de búsqueda son fáciles de entender por los clientes				X	
18	La experiencia del usuario puede contribuir a la visibilidad de la información					X
VARIABLE II: TOMA DE DECISIONES						
DIMENSIÓN 1: DECISIONES ESTRATÉGICAS						
19	Análizan continuamente que eventos e futuros podrían ocasionar pérdidas en la Cooperativa				X	
20	Es fundamental planificar estrategias para tomar buenas decisiones					X
21	Las estrategias utilizadas por la empresa son las más eficaces para brindar un buen servicio				X	
22	Los socios antes de hacer una inversión hacen un análisis del escenario financiero para conocer los posibles riesgos en su economía				X	
23	En cuanto a las estrategias de fidelización la cooperativa satisface las necesidades del cliente cubriendo sus expectativas				X	
24	Las cooperativas están en capacidad de desarrollar estrategias que les permita aumentar el número de asociados					X
DIMENSIÓN 2: DECISIONES TÁCTICAS						
25	Cuentan con suficientes agencias como para que el cliente tenga a disponibilidad realizar sus operaciones financieras				X	
26	Tienen impacto en el desarrollo del negocio pero de ningún modo comprometen el futuro de la empresa				X	
27	Las técnicas de cobranza utilizadas en la cooperativa les permite tener una mejor efectividad en los procesos de cobros				X	
28	Mantienen una eficaz comunicación con el socio que haya incurrido en mora con la intención de llegar a un acuerdo adecuado que impida los procesos judiciales					X
29	Cuentan con un sistema integral de cobranza que permita al personal tomar medidas eficientes para la recuperación de la deuda de los socios				X	
30	Las decisiones tácticas involucra a los altos mandos de la organización				X	
DIMENSIÓN 3: DECISIONES OPERATIVAS						
31	Conocer la operatividad diaria de la compañía le permite saber las dificultades en las que se encuentra su personal día a día					X
32	Hay buena disposición por parte de los socios a incrementar su participación en las cooperativas				X	
33	Conocen si los socios de la cooperativa toman parte en otras organizaciones				X	
34	Las decisiones que se toman en el nivel más alto de los directivos muchas veces afectan a sus socios					X
35	Las colocaciones bancarias que se otorgan a los clientes representan un incremento mayor con respecto al año anterior				X	

Business Intelligence y toma de decisiones en Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, 2019.														
INSTRUCCIONES: Marque con una (X) en la alternativa que Ud. Considere conveniente 1= Nunca 2= Casi nunca 3= Algunas veces 4= Casi siempre 5= Siempre														
Nº	DIMENSIONES / Items													
VARIABLE I : BUSINESS INTELLIGENCE														
DIMENSIÓN 1: MINERÍA DE DATOS										1	2	3	4	5
1	Con la minería de datos la empresa puede mejorar la atención al cliente a partir de la información obtenida								X					
2	La minería de datos ahorra costes a la empresa para dar nuevas oportunidades de negocio								X					
3	La calidad de los datos es la clave del éxito de un almacén de datos										X			
4	Resultan eficaces las técnicas de minería de datos incorporadas en la empresa										X			
5	El análisis en aplicación de minería de datos incorpora técnicas de reconocimiento de patrones										X			
6	A partir del uso de la minería de datos surgen nuevas aplicaciones como la minería de textos como también la minería de datos web											X		
7	La minería de datos como herramienta de búsqueda de información se utiliza como sistema de apoyo a la toma de decisiones de las altas direcciones de las empresas										X			
DIMENSIÓN 2: REGLAS DE NEGOCIO														
8	Las normas establecidas están alineados a los políticos de la empresa													X
9	Los gestores definen las reglas mediante un excelente análisis de sus procesos											X		
10	Para que estas reglas funcionen es necesario que utilicen la tecnología de un software especializado											X		
11	Se controla eficazmente la evolución de la ejecución presupuestaria											X		
12	Implementan un organigrama funcional en la empresa con sus funciones teniendo en cuenta las reglas de negocio											X		
13	Establece de un cuadro de mando que sintetice todas las coordenadas de la evolución de su empresa											X		
DIMENSIÓN 3: VISIBILIDAD DE LA INFORMACIÓN														
14	Los navegadores facilitan la accesibilidad a los usuarios hacer más visible la información de sus sitios web											X		
15	Una buena información da a conocer la realidad del entorno empresarial											X		
16	Dispone de medios adecuados como los canales de difusión para dar a conocer sus servicios											X		
17	Los sitios de búsqueda son fáciles de entender por los clientes											X		
18	La experiencia del usuario puede contribuir a la visibilidad de la información											X		
VARIABLE II: TOMA DE DECISIONES														
DIMENSIÓN 1: DECISIONES ESTRATÉGICAS														
19	Analizan continuamente que eventos a futuros podrían ocasionar pérdidas en la Cooperativa											X		
20	Es fundamental planificar estrategias para tomar buenas decisiones											X		
21	Las estrategias utilizadas por la empresa son las más eficaces para brindar un buen servicio											X		
22	Los socios antes de hacer una inversión hacen un análisis del escenario financiero para conocer los posibles riesgos en su economía											X		
23	En cuanto a las estrategias de fidelización la cooperativa satisface las necesidades del cliente cubriendo sus expectativas											X		
24	Las cooperativas están en capacidad de desarrollar estrategias que les permita aumentar el número de asociados											X		
DIMENSIÓN 2: DECISIONES TÁCTICAS														
25	Cuentan con suficientes agencias como para que el cliente tenga a disponibilidad realizar sus operaciones financieras											X		
26	Tienen impacto en el desarrollo del negocio pero de ningún modo comprometen el futuro de la empresa											X		
27	Las técnicas de cobranza utilizadas en la cooperativa les permite tener una mejor efectividad en los procesos de cobros													X
28	Mantienen una eficaz comunicación con el socio que haya incurrido en mora con la intención de llegar a un acuerdo adecuado que impida los procesos judiciales											X		
29	Cuentan con un sistema integral de cobranza que permita al personal tomar medidas eficientes para la recuperación de la deuda de los socios											X		
30	Las decisiones tácticas involucra a los altos mandos de la organización							X						
DIMENSIÓN 3: DECISIONES OPERATIVAS														
31	Conocer la operatividad diaria de la compañía le permite saber las dificultades en las que se encuentra su personal día a día											X		
32	Hay buena disposición por parte de los socios a incrementar su participación en las cooperativas											X		
33	Conocen si los socios de la cooperativa toman parte en otras organizaciones											X		
34	Las decisiones que se toman en el nivel más alto de los directivos muchas veces afectan a sus socios											X		
35	Las colocaciones bancarias que se otorgan a los clientes representan un incremento mayor con respecto al año anterior											X		

Business Intelligence y toma de decisiones en Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, 2019.						
INSTRUCCIONES: Marque con una (X) en la alternativa que Ud. Considere conveniente 1= Nunca 2= Casi nunca 3= Algunas veces 4= Casi siempre 5= Siempre						
Nº	DIMENSIONES / ítems					
VARIABLE I: BUSINESS INTELLIGENCE						
DIMENSIÓN 1: MINERÍA DE DATOS		1	2	3	4	5
1	Con la minería de datos la empresa puede mejorar la atención al cliente a partir de la información obtenida			X		
2	La minería de datos ahora contes a la empresa para dar nuevas oportunidades de negocio					X
3	La calidad de los datos es la clave del éxito de un almacén de datos			X		
4	Resultan eficaces las técnicas de minería de datos incorporadas en la empresa					X
5	El análisis en aplicación de minería de datos incorpora técnicas de reconocimiento de patrones		X			
6	A partir del uso de la minería de datos surgen nuevas aplicaciones como la minería de textos como también la minería de datos web					X
7	La minería de datos como herramienta de búsqueda de información se utiliza como sistema de apoyo a la toma de decisiones de las altas direcciones de las empresas					X
DIMENSIÓN 2: REGLAS DE NEGOCIO						
8	Las normas establecidas están alineadas a las políticas de la empresa					X
9	Los gestores definen las reglas mediante un excelente análisis de sus procesos			X		
10	Para que estas reglas funcionen es necesario que utilicen la tecnología de un software especializado			X		
11	Se controla eficazmente la evolución de la ejecución presupuestaria			X		
12	Implementan un organigrama funcional en la empresa con sus funciones teniendo en cuenta las reglas de negocio			X		
13	Establece de un cuadro de mando que sintetice todas las coordenadas de la evolución de su empresa			X		
DIMENSIÓN 3: VISIBILIDAD DE LA INFORMACIÓN						
14	Los navegadores facilitan la accesibilidad a los usuarios hacer más visible la información de sus sitios web					X
15	Una buena información da a conocer la realidad del entorno empresarial			X		
16	Dispone de medios adecuados como los canales de difusión para dar a conocer sus servicios					X
17	Los sitios de búsqueda son fáciles de entender por los clientes					X
18	La experiencia del usuario puede contribuir a la visibilidad de la información					X
VARIABLE II: TOMA DE DECISIONES						
DIMENSIÓN 1: DECISIONES ESTRATÉGICAS						
19	Analizan continuamente que eventos a futuro podrían ocasionar pérdidas en la Cooperativa			X		
20	Es fundamental planificar estrategias para tomar buenas decisiones					X
21	Las estrategias utilizadas por la empresa son las más eficaces para brindar un buen servicio			X		
22	Los socios antes de hacer una inversión hacen un análisis del escenario financiero para conocer los posibles riesgos en su economía					X
23	En cuanto a las estrategias de fidelización la cooperativa satisface las necesidades del cliente cubriendo sus expectativas			X		
24	Las cooperativas están en capacidad de desarrollar estrategias que les permita aumentar el número de asociados					X
DIMENSIÓN 2: DECISIONES TÁCTICAS						
25	Cuentan con suficientes agencias como para que el cliente tenga a disponibilidad realizar sus operaciones financieras			X		
26	Tienen impacto en el desarrollo del negocio pero de ningún modo comprometen el futuro de la empresa			X		
27	Las técnicas de cobranza utilizadas en la cooperativa les permite tener una mejor efectividad en los procesos de cobros					X
28	Mantienen una eficaz comunicación con el socio que haya incurrido en mora con la intención de llegar a un acuerdo adecuado que impida los procesos judiciales					X
29	Cuentan con un sistema integral de cobranza que permita al personal tomar medidas eficientes para la recuperación de la deuda de los socios			X		
30	Las decisiones tácticas involucra a los altos mandos de la organización					X
DIMENSIÓN 3: DECISIONES OPERATIVAS						
31	Conocer la operatividad diaria de la compañía le permite saber las dificultades en las que se encuentra su personal día a día					X
32	Hay buena disposición por parte de los socios a incrementar su participación en las cooperativas					X
33	Conocen si los socios de la cooperativa toman parte en otras organizaciones			X		
34	Las decisiones que se toman en el nivel más alto de los directivos muchas veces afectan a sus socios					X
35	Las colocaciones bancarias que se otorgan a los clientes representan un incremento mayor con respecto al año anterior					X

Business Intelligence y toma de decisiones en Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, 2018.						
INSTRUCCIONES: Marque con una (X) en la alternativa que Ud. Considere conveniente: 1= Nunca 2= Casi nunca 3= Algunas Vezes 4= Casi siempre 5= Siempre						
Nº	DIMENSIONES / Ítems					
	VARIABLE I: BUSINESS INTELLIGENCE					
	DIMENSIÓN 1: MINERÍA DE DATOS	1	2	3	4	5
1	Con la minería de datos la empresa puede mejorar la atención al cliente a partir de la información obtenida				X	
2	La minería de datos ahorra costes a la empresa para dar nuevas oportunidades de negocio		X			
3	La calidad de los datos es la clave del éxito de un almacén de datos				X	
4	Resultan eficaces las técnicas de minería de datos incorporadas en la empresa					X
5	El análisis en aplicación de minería de datos incorpora técnicas de reconocimiento de patrones				X	
6	A partir del uso de la minería de datos surgen nuevas aplicaciones como la minería de textos como también la minería de datos web					X
7	La minería de datos como herramienta de búsqueda de información se utiliza como sistema de apoyo a la toma de decisiones de las altas direcciones de las empresas	X				
	DIMENSIÓN 2: REGLAS DE NEGOCIO					
8	Las normas establecidos están alineados a las políticas de la empresa			X		
9	Los gestores definen las reglas mediante un exhaustivo análisis de sus procesos				X	
10	Para que estas reglas funcionen es necesario que utilicen la tecnología de un software especializado				X	
11	Se controla eficientemente la evolución de la ejecución presupuestaria				X	
12	Implementen un organigrama funcional en la empresa con sus funciones teniendo en cuenta las reglas de negocio				X	
13	Establece de un cuadro de mando que sintetice todos los coordenados de la evolución de su empresa				X	
	DIMENSIÓN 3: VISIBILIDAD DE LA INFORMACIÓN					
14	Los navegadores facilitan la accesibilidad a los usuarios hacer más visible la información de sus sitios web		X			
15	Una buena información da a conocer la realidad del entorno empresarial				X	
16	Dispone de medios adecuados como los canales de difusión para dar a conocer sus servicios		X			
17	Los sitios de búsqueda son fáciles de entender por los clientes		X			
18	La experiencia del usuario puede contribuir a la visibilidad de la información			X		
	VARIABLE II: TOMA DE DECISIONES					
	DIMENSIÓN 1: DECISIONES ESTRATÉGICAS					
19	Analizan continuamente que eventos a futuro podrían ocasionar pérdidas en la Cooperativa				X	
20	Es fundamental planificar estrategias para tomar buenas decisiones			X		
21	Las estrategias utilizadas por la empresa son las más eficaces para brindar un buen servicio			X		
22	Los socios antes de hacer una inversión hacen un análisis del escenario financiero para conocer los posibles riesgos en su economía	X				
23	En cuanto a las estrategias de fidelización la cooperativa satisface las necesidades del cliente cubriendo sus expectativas				X	
24	Las cooperativas están en capacidad de desarrollar estrategias que les permita aumentar el número de asociados					X
	DIMENSIÓN 2: DECISIONES TÁCTICAS					
25	Cuentan con suficientes agencias como para que el cliente tenga a disponibilidad realizar sus operaciones financieras				X	
26	Tienen impacto en el desarrollo del negocio pero de ningún modo comprometen al futuro de la empresa				X	
27	Las técnicas de cobranza utilizadas en la cooperativa les permite tener una mayor efectividad en los procesos de cobros	X				
28	Mantienen una eficaz comunicación con el socio que haya incurrido en mora con la intención de llegar a un acuerdo adecuado que impida los procesos judiciales			X		
29	Cuentan con un sistema integral de cobranza que permita al personal tomar medidas eficientes para la recuperación de la deuda de los socios				X	
30	Las decisiones tácticas involucra a los altos mandos de la organización				X	
	DIMENSIÓN 3: DECISIONES OPERATIVAS					
31	Conocer la operatividad diaria de la compañía le permite saber las dificultades en las que se encuentra su personal día a día			X		
32	Hay buena disposición por parte de los socios a incrementar su participación en las cooperativas		X			
33	Conocen si los socios de la cooperativa toman parte en otras organizaciones				X	
34	Las decisiones que se toman en el nivel más alto de los directivos muchas veces afectan a sus socios	X				
35	Las colocaciones bancarias que se otorgan a los clientes representan un incremento mayor con respecto al año anterior	X				

Business Intelligence y toma de decisiones en Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, 2019.					
INSTRUCCIONES: Marque con una (X) en la alternativa que Ud. Considere conveniente 1= Nunca 2= Casi nunca 3= Algunas veces 4= Casi siempre 5= Siempre					
Nº	DIMENSIONES / Items				
VARIABLE I: BUSINESS INTELLIGENCE					
DIMENSIÓN 1: MINERÍA DE DATOS		1	2	3	4
1	Con la minería de datos la empresa puede mejorar la atención al cliente a partir de la información obtenida			X	
2	La minería de datos ahorra costes a la empresa para dar nuevas oportunidades de negocio			X	
3	La calidad de los datos es la clave del éxito de un almacén de datos			X	
4	Resultan eficaces las técnicas de minería de datos incorporados en la empresa				X
5	El análisis en aplicación de minería de datos incorpora técnicas de reconocimiento de patrones			X	
6	A partir del uso de la minería de datos surgen nuevas aplicaciones como la minería de textos como también la minería de datos web				X
7	La minería de datos como herramienta de búsqueda de información se utiliza como sistema de apoyo a la toma de decisiones de las altas direcciones de las empresas			X	
DIMENSIÓN 2: REGLAS DE NEGOCIO					
8	Las normas establecidas están alineadas a las políticas de la empresa				X
9	Los gestores definen las reglas mediante un exhaustivo análisis de sus procesos			X	
10	Para que estas reglas funcionen es necesario que utilicen la tecnología de un software especializado			X	
11	Se controla eficazmente la evolución de la ejecución presupuestaria			X	
12	Implementan un organigrama funcional en la empresa con sus funciones teniendo en cuenta las reglas de negocio			X	
13	Establece de un cuadro de mando que sintetice todas las coordenadas de la evolución de su empresa			X	
DIMENSIÓN 3: VISIBILIDAD DE LA INFORMACIÓN					
14	Los navegadores facilitan la accesibilidad a los usuarios hacer más visible la información de sus sitios web			X	
15	Una buena información da a conocer la realidad del entorno empresarial			X	
16	Dispone de medios adecuados como los canales de difusión para dar a conocer sus servicios				X
17	Los sitios de búsqueda son fáciles de entender por los clientes			X	
18	La experiencia del usuario puede contribuir a la visibilidad de la información				X
VARIABLE II: TOMA DE DECISIONES					
DIMENSIÓN 1: DECISIONES ESTRATÉGICAS					
19	Analizan continuamente que eventos a futuro podrían ocasionar pérdidas en la Cooperativa			X	
20	Es fundamental planificar estrategias para tomar buenas decisiones				X
21	Las estrategias utilizadas por la empresa son las más eficaces para brindar un buen servicio			X	
22	Los socios antes de hacer una inversión hacen un análisis del escenario financiero para conocer los posibles riesgos en su economía			X	
23	En cuanto a las estrategias de fidelización la cooperativa satisface las necesidades del cliente cubriendo sus expectativas			X	
24	Las cooperativas están en capacidad de desarrollar estrategias que les permita aumentar el número de asociados				X
DIMENSIÓN 2: DECISIONES TÁCTICAS					
25	Cuentan con suficientes agencias como para que el cliente tenga a disponibilidad realizar sus operaciones financieras			X	
26	Tienen impacto en el desarrollo del negocio pero de ningún modo comprometen el futuro de la empresa			X	
27	Las técnicas de cobranza utilizadas en la cooperativa les permite tener una mejor efectividad en los procesos de cobros			X	
28	Mantienen una eficaz comunicación con el socio que haya incurrido en mora con la intención de llegar a un acuerdo adecuado que impida los procesos judiciales				X
29	Cuentan con un sistema integral de cobranza que permita al personal tomar medidas eficientes para la recuperación de la deuda de los socios			X	
30	Las decisiones tácticas involucra a los altos mandos de la organización			X	
DIMENSIÓN 3: DECISIONES OPERATIVAS					
31	Conocer la operatividad diaria de la compañía le permite saber las dificultades en las que se encuentra su personal día a día				X
32	Hay buena disposición por parte de los socios a incrementar su participación en las cooperativas			X	
33	Conocen si los socios de la cooperativa toman parte en otras organizaciones			X	
34	Las decisiones que se toman en el nivel más alto de los directivos muchas veces afectan a sus socios				X
35	Las colocaciones bancarias que se otorgan a los clientes representan un incremento mayor con respecto al año anterior			X	

Business Intelligence y toma de decisiones en Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, 2018.					
INSTRUCCIONES: Marca con una (X) en la alternativa que Ud. Considere conveniente 1= Nunca 2= Casi nunca 3= Algunas veces 4= Casi siempre 5= Siempre					
Nº	DIMENSIONES / Ítem				
	VARIABLE I: BUSINESS INTELLIGENCE				
	DIMENSIÓN 1: MINERÍA DE DATOS	1	2	3	4
1	Con la minería de datos la empresa puede mejorar la atención al cliente a partir de la información obtenida				X
2	La minería de datos ahorra costes a la empresa para dar nuevas oportunidades de negocio		X		
3	La calidad de los datos es la clave del éxito de un almacén de datos				X
4	Resultan eficaces las técnicas de minería de datos incorporadas en la empresa				X
5	El análisis en aplicación de minería de datos incorpora técnicas de reconocimiento de patrones			X	
6	A partir del uso de la minería de datos surgen nuevas aplicaciones como la minería de textos como también la minería de datos web				X
7	La minería de datos como herramienta de búsqueda de información se utiliza como sistema de apoyo a la toma de decisiones de las altas direcciones de las empresas		X		
	DIMENSIÓN 2: REGLAS DE NEGOCIO				
8	Las normas establecidas están alineadas a las políticas de la empresa				X
9	Los gestores definen las reglas mediante un excelente análisis de sus procesos				X
10	Para que estas reglas funcionen es necesario que utilicen la tecnología de un software especializado				X
11	Se controla eficazmente la evolución de la ejecución presupuestaria				X
12	Implementan un organigrama funcional en la empresa con sus funciones teniendo en cuenta las reglas de negocio				X
13	Establece de un cuadro de mando que sintetice todas las coordenadas de la evolución de su empresa				X
	DIMENSIÓN 3: VISIBILIDAD DE LA INFORMACIÓN				
14	Los navegadores facilitan la accesibilidad a los usuarios hacer más visible la información de sus sitios web		X		
15	Una buena información da a conocer la realidad del entorno empresarial				X
16	Dispone de medios adecuados como los canales de difusión para dar a conocer sus servicios				X
17	Los sitios de búsqueda son fáciles de entender por los clientes		X		
18	La experiencia del usuario puede contribuir a la visibilidad de la información				X
	VARIABLE II: TOMA DE DECISIONES				
	DIMENSIÓN 1: DECISIONES ESTRATÉGICAS				
19	Analizan continuamente que eventos o futuros podrían ocasionar pérdidas en la Cooperativa				X
20	Es fundamental planificar estrategias para tomar buenas decisiones				X
21	Las estrategias utilizadas por la empresa son las más eficaces para brindar un buen servicio				X
22	Los socios antes de hacer una inversión hacen un análisis del escenario financiero para conocer los posibles riesgos en su economía		X		
23	En cuanto a las estrategias de fidelización la cooperativa satisface las necesidades del cliente cubriendo sus expectativas				X
24	Las cooperativas están en capacidad de desarrollar estrategias que les permita aumentar el número de asociados				X
	DIMENSIÓN 2: DECISIONES TÁCTICAS				
25	Cuentan con suficientes agencias como para que el cliente tenga a disponibilidad realizar sus operaciones financieras				X
26	Tienen impacto en el desarrollo del negocio pero de ningún modo comprometen el futuro de la empresa				X
27	Las técnicas de cobranza utilizadas en la cooperativa les permite tener una mayor efectividad en los procesos de cobros		X		
28	Mantienen una eficaz comunicación con el socio que haya incurrido en mora con la intención de llegar a un acuerdo adecuado que implique los procesos judiciales				X
29	Cuentan con un sistema integral de cobranza que permita al personal tomar medidas eficientes para la recuperación de la deuda de los socios				X
30	Las decisiones tácticas involucra a los altos mandos de la organización		X		
	DIMENSIÓN 3: DECISIONES OPERATIVAS				
31	Conocer la operatividad diaria de la compañía le permite saber las dificultades en las que se encuentra su personal día a día				X
32	Hay buena disposición por parte de los socios a incrementar su participación en las cooperativas		X		
33	Conocen si los socios de la cooperativa toman parte en otras organizaciones				X
34	Las decisiones que se toman en el nivel más alto de los directivos muchas veces afectan a sus socios				X
35	Las colocaciones bancarias que se otorgan a los clientes representan un incremento mayor con respecto al año anterior		X		

Business Intelligence y toma de decisiones en Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, 2019.						
INSTRUCCIONES: Marque con una (X) en la alternativa que Ud. Considere conveniente: 1= Nunca 2= Casi nunca 3= Algunas veces 4= Casi siempre 5= Siempre						
N°	DIMENSIONES / Items					
VARIABLE I: BUSINESS INTELLIGENCE						
DIMENSIÓN 1: MINERÍA DE DATOS		1	2	3	4	5
1	Con la minería de datos la empresa puede mejorar la atención al cliente a partir de la información obtenida					X
2	La minería de datos ahorra costes a la empresa para dar nuevas oportunidades de negocio			X		
3	La calidad de los datos es la clave del éxito de un almacén de datos					X
4	Resultan eficaces las técnicas de minería de datos incorporados en la empresa				X	
5	El análisis en aplicación de minería de datos incorpora técnicas de reconocimiento de patrones					X
6	A partir del uso de la minería de datos surgen nuevas aplicaciones como la minería de textos como también la minería de datos web					X
7	La minería de datos como herramienta de búsqueda de información se utiliza como sistema de apoyo a la toma de decisiones de las altas direcciones de las empresas			X		
DIMENSIÓN 2: REGLAS DE NEGOCIO						
8	Las normas establecidos están alineados a las políticas de la empresa				X	
9	Los gestores definen las reglas mediante un excelente análisis de sus procesos					X
10	Para que estas reglas funcionen es necesario que utilicen la tecnología de un software especializado					X
11	Se controla eficazmente la evolución de la ejecución presupuestaria					X
12	Implementan un organigrama funcional en la empresa con sus funciones teniendo en cuenta las reglas de negocio					X
13	Establece de un cuadro de mando que sintetice todas las coordenadas de la evolución de su empresa					X
DIMENSIÓN 3: VISIBILIDAD DE LA INFORMACIÓN						
14	Los navegadores facilitan la accesibilidad a los usuarios hacer más visible la información de sus sitios web			X		
15	Una buena información da a conocer la realidad del entorno empresarial					X
16	Dispone de medios adecuados como los canales de difusión para dar a conocer sus servicios			X		
17	Los sitios de búsqueda son fáciles de entender por los clientes			X		
18	La experiencia del usuario puede contribuir a la visibilidad de la información			X		
VARIABLE II: TOMA DE DECISIONES						
DIMENSIÓN 1: DECISIONES ESTRATÉGICAS						
19	Analizan continuamente que eventos a futuro podrían ocasionar pérdidas en la Cooperativa					X
20	Es fundamental planificar estrategias para tomar buenas decisiones			X		
21	Las estrategias utilizadas por la empresa son las más eficaces para brindar un buen servicio					X
22	Los socios antes de hacer una inversión hacen un análisis del escenario financiero para conocer los posibles riesgos en su economía			X		
23	En cuanto a las estrategias de fidelización la cooperativa satisface las necesidades del cliente cubriendo sus expectativas					X
24	Las cooperativas están en capacidad de desarrollar estrategias que les permita aumentar el número de asociados					X
DIMENSIÓN 2: DECISIONES TÁCTICAS						
25	Cuentan con suficientes agencias como para que el cliente tenga a disponibilidad realizar sus operaciones financieras					X
26	Tienen impedido en el desarrollo del negocio pero de ningún modo comprometen el futuro de la empresa					X
27	Las técnicas de cobranza utilizadas en la cooperativa les permite tener una mayor efectividad en los procesos de cobros			X		
28	Mantienen una eficaz comunicación con el socio que haya incurrido en mora con la intención de llegar a un acuerdo adecuado que impide los procesos judiciales			X		
29	Cuentan con un sistema integral de cobranza que permita al personal tomar medidas eficientes para la recuperación de la deuda de los socios					X
30	Las decisiones tácticas involucra a los altos mandos de la organización				X	
DIMENSIÓN 3: DECISIONES OPERATIVAS						
31	Conocer la operatividad diaria de la compañía le permite saber las dificultades en las que se encuentra su personal día a día			X		
32	Hay buena disposición por parte de los socios a incrementar su participación en las cooperativas			X		
33	Conocen si los socios de la cooperativa toman parte en otras organizaciones					X
34	Las decisiones que se toman en el nivel más alto de los directivos muchas veces afectan a sus socios			X		
35	Las colocaciones bancarias que se otorgan a los clientes representan un incremento mayor con respecto al año anterior			X		

Business Intelligence y toma de decisiones en Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, 2019.					
INSTRUCCIONES: Marque con una (X) en la alternativa que Ud. Considere conveniente 1= Nunca 2= Casi nunca 3= Algunas veces 4= Casi siempre 5= Siempre					
Nº	DIMENSIONES / Items				
VARIABLE I: BUSINESS INTELLIGENCE					
DIMENSIÓN 1: MINERÍA DE DATOS					
		1	2	3	4
1	Con la minería de datos la empresa puede mejorar la atención al cliente a partir de la información obtenida				X
2	La minería de datos ahorra costes a la empresa para dar nuevas oportunidades de negocio				X
3	La calidad de los datos es la clave del éxito de un almacén de datos				X
4	Resultan eficaces las técnicas de minería de datos incorporadas en la empresa				X
5	El análisis en aplicación de minería de datos incorpora técnicas de reconocimiento de patrones				X
6	A partir del uso de la minería de datos surgen nuevas aplicaciones como la minería de textos como también la minería de datos web				X
7	La minería de datos como herramienta de búsqueda de información se utiliza como sistema de apoyo a la toma de decisiones de las altas direcciones de las empresas				X
DIMENSIÓN 2: REGLAS DE NEGOCIO					
8	Las normas establecidas están alineadas a las políticas de la empresa				X
9	Los gestores definen las reglas mediante un exhaustivo análisis de sus procesos				X
10	Para que estas reglas funcionen es necesario que utilicen la tecnología de un software especializado				X
11	Se controla eficazmente la evolución de la ejecución presupuestaria				X
12	Implementan un organigrama funcional en la empresa con sus funciones teniendo en cuenta las reglas de negocio				X
13	Establece de un cuadro de mando que sintetice todas las coordenadas de la evolución de su empresa				X
DIMENSIÓN 3: VISIBILIDAD DE LA INFORMACIÓN					
14	Los navegadores facilitan la accesibilidad a los usuarios hacer más visible la información de sus sitios web				X
15	Una buena información da a conocer la realidad del entorno empresarial				X
16	Dispone de medios adecuados como los canales de difusión para dar a conocer sus servicios			X	
17	Los sitios de búsqueda son fáciles de entender por los clientes				X
18	La experiencia del usuario puede contribuir a la visibilidad de la información			X	
VARIABLE II: TOMA DE DECISIONES					
DIMENSIÓN 1: DECISIONES ESTRATÉGICAS					
19	Analizan continuamente que eventos a futuro podrían ocasionar pérdidas en la Cooperativa				X
20	Es fundamental planificar estrategias para tomar buenas decisiones			X	
21	Las estrategias utilizadas por la empresa son las más eficaces para brindar un buen servicio				X
22	Los socios antes de hacer una inversión hacen un análisis del escenario financiero para conocer los posibles riesgos en su economía				X
23	En cuanto a las estrategias de fidelización la cooperativa satisface las necesidades del cliente cubriendo sus expectativas				X
24	Las cooperativas están en capacidad de desarrollar estrategias que les permita aumentar el número de asociados				X
DIMENSIÓN 2: DECISIONES TÁCTICAS					
25	Cuentan con suficientes agencias como para que el cliente tenga a disponibilidad realizar sus operaciones financieras				X
26	Tienen impacto en el desarrollo del negocio pero de ningún modo comprometen el futuro de la empresa				X
27	Las técnicas de cobranza utilizadas en la cooperativa les permite tener una mejor efectividad en los procesos de cobros				X
28	Mantienen una eficaz comunicación con el socio que haya incurrido en mora con la intención de llegar a un acuerdo adecuado que impida los procesos judiciales			X	
29	Cuentan con un sistema integral de cobranza que permita al personal tomar medidas eficientes para la recuperación de la deuda de los socios				X
30	Las decisiones tácticas involucra a los altos mandos de la organización			X	
DIMENSIÓN 3: DECISIONES OPERATIVAS					
31	Conocer la operatividad diaria de la compañía le permite saber las dificultades en las que se encuentra su personal día a día			X	
32	Hay buena disposición por parte de los socios a incrementar su participación en las cooperativas				X
33	Conocen si los socios de la cooperativa toman parte en otras organizaciones				X
34	Las decisiones que se toman en el nivel más alto de los directivos muchas veces afectan a sus socios			X	
35	Las colocaciones bancarias que se otorgan a los clientes representan un incremento mayor con respecto al año anterior				X

Business Intelligence y toma de decisiones en Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, 2010.						
INSTRUCCIONES: Marque con una (X) en la alternativa que Ud. Considere conveniente 1= Nunca 2= Casi nunca 3= Algunas veces 4= Casi siempre 5= Siempre						
Nº	DIMENSIONES / Ítem					
VARIABLE I: BUSINESS INTELLIGENCE						
DIMENSIÓN 1: MINERÍA DE DATOS		1	2	3	4	5
1	Con la minería de datos la empresa puede mejorar la atención al cliente a partir de la información obtenida					X
2	La minería de datos ahorra costes a la empresa para dar nuevas oportunidades de negocio				X	
3	La calidad de los datos es la clave del éxito de un almacén de datos					X
4	Resultan eficaces las técnicas de minería de datos incorporadas en la empresa					X
5	El análisis en aplicación de minería de datos incorpora técnicas de reconocimiento de patrones	X				
6	A partir del uso de la minería de datos surgen nuevas aplicaciones como la minería de textos como también la minería de datos web					X
7	La minería de datos como herramienta de búsqueda de información se utiliza como sistema de apoyo a la toma de decisiones de las altas direcciones de las empresas				X	
DIMENSIÓN 2: REGLAS DE NEGOCIO						
8	Las normas establecidas están alineadas a las políticas de la empresa					X
9	Los gestores definen las reglas mediante un exhaustivo análisis de sus procesos					X
10	Para que estas reglas funcionen es necesario que utilicen la tecnología de un software especializado					X
11	Se controla eficazmente la evolución de la ejecución presupuestaria					X
12	Implementan un organigrama funcional en la empresa con sus funciones teniendo en cuenta las reglas de negocio					X
13	Establece de un cuadro de mando que sintetice todas las coordenadas de la evolución de su empresa					X
DIMENSIÓN 3: VISIBILIDAD DE LA INFORMACIÓN						
14	Los navegadores facilitan la accesibilidad a los usuarios hacer más visible la información de sus sitios web				X	
15	Una buena información da a conocer la realidad del entorno empresarial					X
16	Dispone de medios adecuados como los canales de difusión para dar a conocer sus servicios				X	
17	Los sitios de búsqueda son fáciles de entender por los clientes				X	
18	La experiencia del usuario puede contribuir a la visibilidad de la información				X	
VARIABLE II: TOMA DE DECISIONES						
DIMENSIÓN 1: DECISIONES ESTRATÉGICAS						
19	Analizan continuamente que eventos a futuro podrían ocasionar pérdidas en la Cooperativa					X
20	Es fundamental planificar estrategias para tomar buenas decisiones				X	
21	Las estrategias utilizadas por la empresa son las más eficaces para brindar un buen servicio					X
22	Los socios antes de hacer una inversión hacen un análisis del escenario financiero para conocer los posibles riesgos en su economía				X	
23	En cuanto a las estrategias de fidelización la cooperativa satisface las necesidades del cliente cubriendo sus expectativas					X
24	Las cooperativas están en capacidad de desarrollar estrategias que les permita aumentar el número de asociados					X
DIMENSIÓN 2: DECISIONES TÁCTICAS						
25	Cuentan con suficientes agencias como para que el cliente tenga a disponibilidad realizar sus operaciones financieras					X
26	Tienen impacto en el desarrollo del negocio pero de ningún modo comprometen el futuro de la empresa					X
27	Las técnicas de cobranza utilizadas en la cooperativa les permite tener una mayor efectividad en los procesos de cobros				X	
28	Mantienen una eficaz comunicación con el socio que haya incurrido en mora con la intención de llegar a un acuerdo adecuado que impida los procesos judiciales				X	
29	Cuentan con un sistema integral de cobranza que permita al personal tomar medidas eficientes para la recuperación de la deuda de los socios					X
30	Las decisiones tácticas involucra a los altos mandos de la organización				X	
DIMENSIÓN 3: DECISIONES OPERATIVAS						
31	Conocer la operatividad diaria de la compañía le permite saber las dificultades en las que se encuentra su personal día a día					X
32	Hay buena disposición por parte de los socios a incrementar su participación en las cooperativas				X	
33	Conocen si los socios de la cooperativa toman parte en otras organizaciones					X
34	Las decisiones que se toman en el nivel más alto de los directivos muchas veces afectan a sus socios					X
35	Las colocaciones bancarias que se otorgan a los clientes representan un incremento mayor con respecto al año anterior					X

Business Intelligence y toma de decisiones en Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, 2019.						
INSTRUCCIONES: Marque con una (X) en la alternativa que Ud. Considere conveniente 1- Nunca 2- Casi nunca 3- Algunas veces 4- Casi siempre 5- Siempre						
Nº	DIMENSIONES / Ítems					
	VARIABLE I: BUSINESS INTELLIGENCE					
	DIMENSIÓN 1: MINERÍA DE DATOS	1	2	3	4	5
1	Con la minería de datos la empresa puede mejorar la atención al cliente a partir de la información obtenida					✓
2	La minería de datos ahorra costos a la empresa para dar nuevas oportunidades de negocio			✓		
3	La calidad de los datos es la clave del éxito de un almacén de datos				✓	
4	Resultan eficaces las técnicas de minería de datos incorporadas en la empresa					✓
5	El análisis en aplicación de minería de datos incorpora técnicas de reconocimiento de patrones				✓	
6	A partir del uso de la minería de datos surgen nuevas aplicaciones como la minería de textos como también la minería de datos web					✓
7	La minería de datos como herramienta de búsqueda de información se utiliza como sistema de apoyo a la toma de decisiones de las altas direcciones de las empresas			✓		
	DIMENSIÓN 2: REGLAS DE NEGOCIO					
8	Las normas establecidas están alineadas a las políticas de la empresa					✓
9	Los gestores definen las reglas mediante un excelente análisis de sus procesos				✓	
10	Para que estas reglas funcionen es necesario que utilicen la tecnología de un software especializado				✓	
11	Se controla eficazmente la evolución de la ejecución presupuestaria				✓	
12	Implementan un organigrama funcional en la empresa con sus funciones teniendo en cuenta las reglas de negocio				✓	
13	Establece de un cuadro de mando que sintetice todas las coordenadas de la evolución de su empresa				✓	
	DIMENSIÓN 3: VISIBILIDAD DE LA INFORMACIÓN					
14	Los navegadores facilitan la accesibilidad a los usuarios hacer más visible la información de sus sitios web			✓		
15	Una buena información da a conocer la realidad del entorno empresarial				✓	
16	Dispone de medios adecuados como los canales de difusión para dar a conocer sus servicios					✓
17	Los sitios de búsqueda son fáciles de entender por los clientes			✓		
18	La experiencia del usuario puede contribuir a la visibilidad de la información					✓
	VARIABLE II: TOMA DE DECISIONES					
	DIMENSIÓN 1: DECISIONES ESTRATÉGICAS					
19	Analizan continuamente que eventos a futuro podrían ocasionar pérdidas en la Cooperativa				✓	
20	Es fundamental planificar estrategias para tomar buenas decisiones					✓
21	Las estrategias utilizadas por la empresa son las más eficaces para brindar un buen servicio				✓	
22	Los socios antes de hacer una inversión hacen un análisis del escenario financiero para conocer los posibles riesgos en su economía			✓		
23	En cuanto a las estrategias de fidelización la cooperativa satisface las necesidades del cliente cubriendo sus expectativas				✓	
24	Las cooperativas están en capacidad de desarrollar estrategias que les permita aumentar el número de asociados					✓
	DIMENSIÓN 2: DECISIONES TÁCTICAS					
25	Cuentan con suficientes agencias como para que el cliente tenga a disponibilidad realizar sus operaciones financieras				✓	
26	Tienen impacto en el desarrollo del negocio pero de ningún modo comprometen el futuro de la empresa				✓	
27	Las técnicas de cobranza utilizadas en la cooperativa les permita tener una mayor efectividad en los procesos de cobros			✓		
28	Mantienen una eficaz comunicación con el socio que haya incurrido en mora con la intención de llegar a un acuerdo adecuado que impida los procesos judiciales					✓
29	Cuentan con un sistema integral de cobranza que permita al personal tomar medidas eficientes para la recuperación de la deuda de los socios				✓	
30	Las decisiones tácticas involucra a los altos mandos de la organización			✓		
	DIMENSIÓN 3: DECISIONES OPERATIVAS					
31	Conocer la operatividad diaria de la compañía le permite saber las dificultades en las que se encuentra su personal día a día					✓
32	Hay buena disposición por parte de los socios a incrementar su participación en las cooperativas			✓		
33	Conocen si los socios de la cooperativa toman parte en otras organizaciones				✓	
34	Las decisiones que se toman en el nivel más alto de los directivos muchas veces afectan a sus socios					✓
35	Las colocaciones bancarias que se otorgan a los clientes representan un incremento mayor con respecto al año anterior			✓		

Business Intelligence y toma de decisiones en Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, 2019.						
INSTRUCCIONES: Marque con una (X) en la alternativa que Ud. Considere conveniente 1= Nunca 2= Casi nunca 3= Algunas veces 4= Casi siempre 5= Siempre						
Nº	DIMENSIONES / Ítems					
VARIABLE I: BUSINESS INTELLIGENCE						
DIMENSIÓN 1: MINERÍA DE DATOS		1	2	3	4	5
1	Con la minería de datos la empresa puede mejorar la atención al cliente a partir de la información obtenida					X
2	La minería de datos ahorra costes a la empresa para dar nuevas oportunidades de negocio			X		
3	La calidad de los datos es la clave del éxito de un almacén de datos			X		
4	Resultan eficaces las técnicas de minería de datos incorporadas en la empresa					X
5	El análisis en aplicación de minería de datos incorpora técnicas de reconocimiento de patrones					X
6	A partir del uso de la minería de datos surgen nuevas aplicaciones como la minería de textos como también la minería de datos web					X
7	La minería de datos como herramienta de búsqueda de información se utiliza como sistema de apoyo a la toma de decisiones de las altas direcciones de las empresas			X		
DIMENSIÓN 2: REGLAS DE NEGOCIO						
8	Las normas establecidas están alineadas a las políticas de la empresa					X
9	Los gestores definen las reglas mediante un excelente análisis de sus procesos					X
10	Para que estas reglas funcionen es necesario que utilicen la tecnología de un software especializado					X
11	Se controla eficazmente la evolución de la ejecución presupuestaria					X
12	Implementan un organigrama funcional en la empresa con sus funciones teniendo en cuenta las reglas de negocio					X
13	Establece de un cuadro de mando que sintetice todas las coordenadas de la evolución de su empresa					X
DIMENSIÓN 3: VISIBILIDAD DE LA INFORMACIÓN						
14	Los navegadores facilitan la accesibilidad a los usuarios hacer más visible la información de sus sitios web			X		
15	Una buena información da a conocer la realidad del entorno empresarial					X
16	Dispone de medios adecuados como los canales de difusión para dar a conocer sus servicios				X	
17	Los sitios de búsqueda son fáciles de entender por los clientes			X		
18	La experiencia del usuario puede contribuir a la visibilidad de la información					X
VARIABLE II: TOMA DE DECISIONES						
DIMENSIÓN 1: DECISIONES ESTRATÉGICAS						
19	Analizan continuamente que eventos a futuro podrían ocasionar pérdidas en la Cooperativa					X
20	Es fundamental planificar estrategias para tomar buenas decisiones			X		
21	Las estrategias utilizadas por la empresa son las más eficaces para brindar un buen servicio					X
22	Los socios antes de hacer una inversión hacen un análisis del escenario financiero para conocer los posibles riesgos en su economía			X		
23	En cuanto a las estrategias de fidelización la cooperativa satisface las necesidades del cliente cubriendo sus expectativas					X
24	Las cooperativas están en capacidad de desarrollar estrategias que les permita aumentar el número de asociados					X
DIMENSIÓN 2: DECISIONES TÁCTICAS						
25	Cuentan con suficientes agencias como para que el cliente tenga a disponibilidad realizar sus operaciones financieras					X
26	Tienen impacto en el desarrollo del negocio pero de ningún modo comprometen el futuro de la empresa					X
27	Las técnicas de cobranza utilizadas en la cooperativa les permite tener una mejor efectividad en los procesos de cobros			X		
28	Mantienen una eficaz comunicación con el socio que haya incurrido en mora con la intención de llegar a un acuerdo adecuado que impida los procesos judiciales				X	
29	Cuentan con un sistema integral de cobranza que permita al personal tomar medidas eficientes para la recuperación de la deuda de los socios					X
30	Las decisiones tácticas involucra a los altos mandos de la organización			X		
DIMENSIÓN 3: DECISIONES OPERATIVAS						
31	Conocer la operatividad diaria de la compañía le permite saber las dificultades en las que se encuentra su personal día a día				X	
32	Hay buena disposición por parte de los socios a incrementar su participación en las cooperativas			X		
33	Conocen si los socios de la cooperativa toman parte en otras organizaciones					X
34	Las decisiones que se toman en el nivel más alto de los directivos muchas veces afectan a sus socios				X	
35	Las colocaciones bancarias que se otorgan a los clientes representan un incremento mayor con respecto al año anterior			X		

Business Intelligence y toma de decisiones en Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, 2019.					
INSTRUCCIONES: Marque con una (X) en la alternativa que Ud. Considere conveniente: 1= Nunca 2= Casi nunca 3= Algunas veces 4= Casi siempre 5= Siempre					
Nº	DIMENSIONES / Items				
VARIABLE I: BUSINESS INTELLIGENCE					
DIMENSIÓN 1: MINERÍA DE DATOS		1	2	3	4
1	Con la minería de datos la empresa puede mejorar la atención al cliente a partir de la información obtenida				X
2	La minería de datos ahorra costos a la empresa para dar nuevas oportunidades de negocio		X		
3	La calidad de los datos es la clave del éxito de un almacén de datos				X
4	Resultan eficaces las técnicas de minería de datos incorporadas en la empresa				X
5	El análisis en aplicación de minería de datos incorpora técnicas de reconocimiento de patrones				X
6	A partir del uso de la minería de datos surgen nuevas aplicaciones como la minería de texto como también la minería de datos web				X
7	La minería de datos como herramienta de búsqueda de información se utiliza como sistema de apoyo a la toma de decisiones de las altas direcciones de las empresas	X			
DIMENSIÓN 2: REGLAS DE NEGOCIO					
8	Las normas establecidas están alineadas a las políticas de la empresa				X
9	Los gestores definen las reglas mediante un excelente análisis de sus procesos				X
10	Para que estas reglas funcionen es necesario que utilicen la tecnología de un software especializado				X
11	Se controla eficazmente la evolución de la ejecución presupuestaria				X
12	Implementan un organigrama funcional en la empresa con sus funciones teniendo en cuenta las reglas de negocio				X
13	Establece de un cuadro de mando que sintetice todas las coordenadas de la evolución de su empresa				X
DIMENSIÓN 3: VISIBILIDAD DE LA INFORMACIÓN					
14	Los navegadores facilitan la accesibilidad a los usuarios hacer más visible la información de sus sitios web			X	
15	Una buena información da a conocer la realidad del entorno empresarial				X
16	Dispone de medios adecuados como los canales de difusión para dar a conocer sus servicios				X
17	Los sitios de búsqueda son fáciles de entender por los clientes			X	
18	La experiencia del usuario puede contribuir a la visibilidad de la información				X
VARIABLE II: TOMA DE DECISIONES					
DIMENSIÓN 1: DECISIONES ESTRATÉGICAS					
19	Análizan continuamente que eventos a futuro podrían ocasionar pérdidas en la Cooperativa				X
20	Es fundamental planificar estrategias para tomar buenas decisiones				X
21	Las estrategias utilizadas por la empresa son las más eficaces para brindar un buen servicio				X
22	Los socios antes de hacer una inversión hacen un análisis del escenario financiero para conocer los posibles riesgos en su economía		X		
23	En cuanto a las estrategias de fidelización la cooperativa satisface las necesidades del cliente cubriendo sus expectativas				X
24	Las cooperativas están en capacidad de desarrollar estrategias que les permita aumentar el número de asociados				X
DIMENSIÓN 2: DECISIONES TÁCTICAS					
25	Cuentan con suficientes agencias como para que el cliente tenga a disponibilidad realizar sus operaciones financieras				X
26	Tienen impacto en el desarrollo del negocio pero de ningún modo comprometen el futuro de la empresa				X
27	Las técnicas de cobranza utilizadas en la cooperativa les permite tener una mejor efectividad en los procesos de cobros			X	
28	Mantienen una eficaz comunicación con el socio que haya incurrido en mora con la intención de llegar a un acuerdo adecuado que impida los procesos judiciales				X
29	Cuentan con un sistema integral de cobranza que permita al personal tomar medidas eficientes para la recuperación de la deuda de los socios				X
30	Las decisiones tácticas involucra a los altos mandos de la organización			X	
DIMENSIÓN 3: DECISIONES OPERATIVAS					
31	Conocer la operatividad diaria de la compañía le permite saber las dificultades en las que se encuentra su personal día a día				X
32	Hay buena disposición por parte de los socios a incrementar su participación en las cooperativas			X	
33	Conocen si los socios de la cooperativa toman parte en otras organizaciones				X
34	Las decisiones que se toman en el nivel más alto de los directivos muchas veces afectan a sus socios				X
35	Las colocaciones bancarias que se otorgan a los clientes representan un incremento mayor con respecto al año anterior			X	

Business Intelligence y toma de decisiones en Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, 2019.						
INSTRUCCIONES: Marque con una (X) en la alternativa que Ud. Considere conveniente: 1= Nunca 2= Casi nunca 3= Algunas veces 4= Casi siempre 5= Siempre						
Nº	DIMENSIONES / Ítem					
VARIABLE I: BUSINESS INTELLIGENCE						
DIMENSIÓN 1: MINERÍA DE DATOS		1	2	3	4	5
1	Con la minería de datos la empresa puede mejorar la atención al cliente a partir de la información obtenida					X
2	La minería de datos ahorra costos a la empresa para dar nuevas oportunidades de negocio				X	
3	La calidad de los datos es la clave del éxito de un almacén de datos					X
4	Resultan eficaces las técnicas de minería de datos incorporadas en la empresa					X
5	El análisis en aplicación de minería de datos incorpora técnicas de reconocimiento de patrones					X
6	A partir del uso de la minería de datos surgen nuevas aplicaciones como la minería de textos como también la minería de datos web					X
7	La minería de datos como herramienta de búsqueda de información se utiliza como sistema de apoyo a la toma de decisiones de las altas direcciones de las empresas				X	
DIMENSIÓN 2: REGLAS DE NEGOCIO						
8	Las normas establecidas están alineadas a las políticas de la empresa					X
9	Los gestores definen las reglas mediante un excelente análisis de sus procesos					X
10	Para que estas reglas funcionen es necesario que utilicen la tecnología de un software especializado					X
11	Se controla eficazmente la evolución de la ejecución presupuestaria					X
12	Implementan un organigrama funcional en la empresa con sus funciones teniendo en cuenta las reglas de negocio					X
13	Establece de un cuadro de mando que sintetice todas las coordenadas de la evolución de su empresa					X
DIMENSIÓN 3: VISIBILIDAD DE LA INFORMACIÓN						
14	Los navegadores facilitan la accesibilidad a los usuarios hacer más visible la información de sus sitios web				X	
15	Una buena información da a conocer la realidad del entorno empresarial					X
16	Dispone de medios adecuados como los canales de difusión para dar a conocer sus servicios			X		
17	Los sitios de búsqueda son fáciles de entender por los clientes				X	
18	La experiencia del usuario puede contribuir a la visibilidad de la información				X	
VARIABLE II: TOMA DE DECISIONES						
DIMENSIÓN 1: DECISIONES ESTRATÉGICAS						
19	Analizan continuamente que eventos a futuro podrían ocasionar pérdidas en la Cooperativa					X
20	Es fundamental planificar estrategias para tomar buenas decisiones				X	
21	Las estrategias utilizadas por la empresa son las más eficaces para brindar un buen servicio					X
22	Los socios antes de hacer una inversión hacen un análisis del escenario financiero para conocer los posibles riesgos en su economía				X	
23	En cuanto a las estrategias de fidelización la cooperativa satisface las necesidades del cliente cubriendo sus expectativas					X
24	Las cooperativas están en capacidad de desarrollar estrategias que les permita aumentar el número de asociados			X		
DIMENSIÓN 2: DECISIONES TÁCTICAS						
25	Cuentan con suficientes agencias como para que el cliente tenga a disponibilidad realizar sus operaciones financieras					X
26	Tienen impacto en el desarrollo del negocio pero de ningún modo comprometen el futuro de la empresa					X
27	Las técnicas de cobranza utilizadas en la cooperativa les permite tener una mejor efectividad en los procesos de cobros				X	
28	Mantienen una eficaz comunicación con el socio que haya incurrido en mora con la intención de llegar a un acuerdo adecuado que impide los procesos judiciales				X	
29	Cuentan con un sistema integral de cobranza que permita al personal tomar medidas eficientes para la recuperación de la deuda de los socios					X
30	Las decisiones tácticas involucra a los altos mandos de la organización				X	
DIMENSIÓN 3: DECISIONES OPERATIVAS						
31	Conocer la operatividad diaria de la compañía le permite saber las dificultades en las que se encuentra su personal día a día				X	
32	Hay buena disposición por parte de los socios a incrementar su participación en las cooperativas				X	
33	Conocen si los socios de la cooperativa toman parte en otras organizaciones					X
34	Las decisiones que se toman en el nivel más alto de los directivos muchas veces afectan a sus socios			X		
35	Las colocaciones bancarias que se otorgan a los clientes representan un incremento mayor con respecto al año anterior				X	

Business Intelligence y toma de decisiones en Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, 2019.						
INSTRUCCIONES: Marque con una (X) en la alternativa que Ud. Considere conveniente 1= Nunca 2= Casi nunca 3= Algunas veces 4= Casi siempre 5= Siempre						
Nº	DIMENSIONES / Items					
	VARIABLE I: BUSINESS INTELLIGENCE					
	DIMENSIÓN 1: MINERÍA DE DATOS	1	2	3	4	5
1	Con la minería de datos la empresa puede mejorar la atención al cliente a partir de la información obtenida					✓
2	La minería de datos ahorra costes a la empresa para dar nuevas oportunidades de negocio			×		
3	La calidad de los datos es la clave del éxito de un almacén de datos					
4	Resultan eficaces las técnicas de minería de datos incorporadas en la empresa					✓
5	El análisis en aplicación de minería de datos incorpora técnicas de reconocimiento de patrones	×				
6	A partir del uso de la minería de datos surgen nuevas aplicaciones como la minería de textos como también la minería de datos web					✓
7	La minería de datos como herramienta de búsqueda de información se utiliza como sistema de apoyo a la toma de decisiones de las altas direcciones de las empresas			✓		
	DIMENSIÓN 2: REGLAS DE NEGOCIO					
8	Las normas establecidas están alineadas a las políticas de la empresa					✓
9	Los gestores definen las reglas mediante un excelente análisis de sus procesos					✓
10	Para que estas reglas funcionen es necesario que utilicen la tecnología de un software especializado					×
11	Se controle eficazmente la evolución de la ejecución presupuestaria					✓
12	Implementan un organigrama funcional en la empresa con sus funciones teniendo en cuenta las reglas de negocio					✓
13	Establece de un cuadro de mando que sintetice todas las coordenadas de la evolución de su empresa					×
	DIMENSIÓN 3: VISIBILIDAD DE LA INFORMACIÓN					
14	Los navegadores facilitan la accesibilidad a los usuarios hacer más visible la información de sus sitios web			✓		
15	Una buena información da a conocer la realidad del entorno empresarial					✓
16	Dispone de medios adecuados como los canales de difusión para dar a conocer sus servicios					×
17	Los sitios de búsqueda son fáciles de entender por los clientes			✓		
18	La experiencia del usuario puede contribuir a la visibilidad de la información					×
	VARIABLE II: TOMA DE DECISIONES					
	DIMENSIÓN 1: DECISIONES ESTRATÉGICAS					
19	Analizan continuamente que eventos a futuro podrían ocasionar pérdidas en la Cooperativa					✓
20	Es fundamental planificar estrategias para tomar buenas decisiones					×
21	Las estrategias utilizadas por la empresa son las más eficaces para brindar un buen servicio					×
22	Los socios antes de hacer una inversión hacen un análisis del escenario financiero para conocer los posibles riesgos en su economía			×		
23	En cuanto a las estrategias de fidelización la cooperativa satisface las necesidades del cliente cubriendo sus expectativas					✓
24	Las cooperativas están en capacidad de desarrollar estrategias que les permita aumentar el número de asociados					×
	DIMENSIÓN 2: DECISIONES TÁCTICAS					
25	Cuentan con suficientes agencias como para que el cliente tenga a disponibilidad realizar sus operaciones financieras					×
26	Tienen impacto en el desarrollo del negocio pero de ningún modo comprometen el futuro de la empresa					×
27	Las técnicas de cobranza utilizadas en la cooperativa les permite tener una mejor efectividad en los procesos de cobros			×		
28	Mantienen una eficaz comunicación con el socio que haya incurrido en mora con la intención de llegar a un acuerdo adecuado que impide los procesos judiciales					×
29	Cuentan con un sistema integral de cobranza que permita al personal tomar medidas eficientes para la recuperación de la deuda de los socios					×
30	Las decisiones tácticas involucra a los altos mandos de la organización			×		
	DIMENSIÓN 3: DECISIONES OPERATIVAS					
31	Conocer la operatividad diaria de la compañía le permite saber las dificultades en las que se encuentre su personal día a día					✓
32	Hay buena disposición por parte de los socios a incrementar su participación en las cooperativas			×		
33	Conocen si los socios de la cooperativa toman parte en otras organizaciones					×
34	Las decisiones que se toman en el nivel más alto de los directivos muchas veces afectan a sus socios					×
35	Las colocaciones bancarias que se otorgan a los clientes representan un incremento mayor con respecto al año anterior			×		

Business Intelligence y toma de decisiones en Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, 2019.						
INSTRUCCIONES: Marque con una (X) en la alternativa que Ud. Considere conveniente 1= Nunca 2= Casi nunca 3= Algunas veces 4= Casi siempre 5= Siempre						
Nº	DIMENSIONES / Ítems					
VARIABLE I : BUSINESS INTELLIGENCE						
DIMENSIÓN 1: MINERÍA DE DATOS		1	2	3	4	5
1	Con la minería de datos la empresa puede mejorar la atención al cliente a partir de la información obtenida			X		
2	La minería de datos ahorra costes a la empresa para dar nuevas oportunidades de negocio					X
3	La calidad de los datos es la clave del éxito de un almacén de datos				X	
4	Resultan eficaces las técnicas de minería de datos incorporadas en la empresa					X
5	El análisis en aplicación de minería de datos incorpora técnicas de reconocimiento de patrones				X	
6	A partir del uso de la minería de datos surgen nuevas aplicaciones como la minería de textos como también la minería de datos web		X			
7	La minería de datos como herramienta de búsqueda de información se utiliza como sistema de apoyo a la toma de decisiones de las altas direcciones de las empresas					X
DIMENSIÓN 2: REGLAS DE NEGOCIO						
8	Las normas establecidas están alineadas a los políizos de la empresa					X
9	Los gestores definen las reglas mediante un excelente análisis de sus procesos				X	
10	Para que estas reglas funcionen es necesario que utilicen la tecnología de un software especializado				X	
11	Se controla eficazmente la evolución de la ejecución presupuestaria				X	
12	Implementan un organigrama funcional en la empresa con sus funciones teniendo en cuenta las reglas de negocio				X	
13	Establece de un cuadro de mando que sintetice todas las coordenadas de la evolución de su empresa				X	
DIMENSIÓN 3: VISIBILIDAD DE LA INFORMACIÓN						
14	Los navegadores facilitan la accesibilidad a los usuarios hacer más visible la información de sus sitios web					X
15	Una buena información da a conocer la realidad del entorno empresarial				X	
16	Dispone de medios adecuados como los canales de difusión para dar a conocer sus servicios				X	
17	Los sitios de búsqueda son fáciles de entender por los clientes					X
18	La experiencia del usuario puede contribuir a la visibilidad de la información				X	
VARIABLE II: TOMA DE DECISIONES						
DIMENSIÓN 1: DECISIONES ESTRATÉGICAS						
19	Análizan continuamente que eventos a futuro podrían ocasionar pérdidas en la Cooperativa					X
20	Es fundamental planificar estrategias para tomar buenas decisiones					X
21	Las estrategias utilizadas por la empresa son las más eficaces para brindar un buen servicio					X
22	Los socios antes de hacer una inversión hacen un análisis del escenario financiero para conocer los posibles riesgos en su economía					X
23	En cuanto a las estrategias de fidelización la cooperativa satisface las necesidades del cliente cubriendo sus expectativas					X
24	Las cooperativas están en capacidad de desarrollar estrategias que les permita aumentar el número de asociados			X		
DIMENSIÓN 2: DECISIONES TÁCTICAS						
25	Cuentan con suficientes agencias como para que el cliente tenga a disponibilidad realizar sus operaciones financieras					X
26	Tienen impacto en el desarrollo del negocio pero de ningún modo comprometen el futuro de la empresa					X
27	Las técnicas de cobranza utilizadas en la cooperativa les permite tener una mejor efectividad en los procesos de cobros					X
28	Mantienen una eficaz comunicación con el socio que haya incurrido en mora con la intención de llegar a un acuerdo adecuado que impide los procesos judiciales					X
29	Cuentan con un sistema integral de cobranza que permita al personal tomar medidas eficientes para la recuperación de la deuda de los socios					X
30	Las decisiones tácticas involucra a los altos mandos de la organización					X
DIMENSIÓN 3: DECISIONES OPERATIVAS						
31	Conocer la oporatividad diaria de la compañía le permite saber las dificultades en las que se encuentra su personal día a día					X
32	Hay buena disposición por parte de los socios a incrementar su participación en las cooperativas					X
33	Conocen si los socios de la cooperativa toman parte en otras organizaciones					X
34	Las decisiones que se toman en el nivel más alto de los directivos muchas veces afectan a sus socios					X
35	Las colocaciones bancarias que se otorgan a los clientes representan un incremento mayor con respecto al año anterior					X

Business Intelligence y toma de decisiones en Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, 2019.						
INSTRUCCIONES: Marque con una (X) en la alternativa que Ud. Considere conveniente: 1= Nunca 2= Casi nunca 3= Algunas veces 4= Casi siempre 5= Siempre						
Nº	DIMENSIONES / ítems					
VARIABLE I: BUSINESS INTELLIGENCE						
DIMENSIÓN 1: MINERÍA DE DATOS		1	2	3	4	5
1	Con la minería de datos la empresa puede mejorar la atención al cliente a partir de la información obtenida					X
2	La minería de datos ahorra costes a la empresa para dar nuevas oportunidades de negocio					X
3	La calidad de los datos es la clave del éxito de un almacén de datos					X
4	Resultan eficaces las técnicas de minería de datos incorporadas en la empresa					X
5	El análisis en aplicación de minería de datos incorpora técnicas de reconocimiento de patrones					X
6	A partir del uso de la minería de datos surgen nuevas aplicaciones como la minería de textos como también la minería de datos web					X
7	La minería de datos como herramienta de búsqueda de información se utiliza como sistema de apoyo a la toma de decisiones de las altas direcciones de las empresas					X
DIMENSIÓN 2: REGLAS DE NEGOCIO						
8	Las normas establecidas están alineadas a las políticas de la empresa					X
9	Los gestores definen las reglas mediante un excelente análisis de sus procesos					X
10	Para que estas reglas funcionen es necesario que utilicen la tecnología de un software especializado					X
11	Se controla eficazmente la evolución de la ejecución presupuestaria		X			
12	Implementan un organigrama funcional en la empresa con sus funciones teniendo en cuenta las reglas de negocio					X
13	Establece de un cuadro de mando que sintetice todas las coordenadas de la evolución de su empresa					X
DIMENSIÓN 3: VISIBILIDAD DE LA INFORMACIÓN						
14	Los navegadores facilitan la accesibilidad a los usuarios hacer más visible la información de sus sitios web					X
15	Una buena información da a conocer la realidad del entorno empresarial					X
16	Dispone de medios adecuados como los canales de difusión para dar a conocer sus servicios					X
17	Los sitios de búsqueda son fáciles de entender por los clientes					X
18	La experiencia del usuario puede contribuir a la visibilidad de la información					X
VARIABLE II: TOMA DE DECISIONES						
DIMENSIÓN 1: DECISIONES ESTRATÉGICAS						
19	Analizan continuamente que eventos a futuro podrían ocasionar pérdidas en la Cooperativa					X
20	Es fundamental planificar estrategias para tomar buenas decisiones					X
21	Las estrategias utilizadas por la empresa son las más eficaces para brindar un buen servicio					X
22	Los socios antes de hacer una inversión hacen un análisis del escenario financiero para conocer los posibles riesgos en su economía					X
23	En cuanto a las estrategias de fidelización la cooperativa satisface las necesidades del cliente cubriendo sus expectativas					X
24	Las cooperativas están en capacidad de desarrollar estrategias que les permita aumentar el número de asociados					X
DIMENSIÓN 2: DECISIONES TÁCTICAS						
25	Cuentan con suficientes agencias como para que el cliente tenga a disponibilidad realizar sus operaciones financieras					X
26	Tienen impacto en el desarrollo del negocio pero de ningún modo comprometen el futuro de la empresa					X
27	Las técnicas de cobranza utilizadas en la cooperativa les permite tener una mejor efectividad en los procesos de cobros					X
28	Mantienen una eficaz comunicación con el socio que haya incurrido en mora con la intención de llegar a un acuerdo adecuado que impida los procesos judiciales					X
29	Cuentan con un sistema integral de cobranza que permita al personal tomar medidas eficientes para la recuperación de la deuda de los socios					X
30	Las decisiones tácticas involucra a los altos mandos de la organización					X
DIMENSIÓN 3: DECISIONES OPERATIVAS						
31	Conocer la operatividad diaria de la compañía le permite saber las dificultades en las que se encuentra su personal día a día					X
32	Hay buena disposición por parte de los socios a incrementar su participación en las cooperativas					X
33	Conocen si los socios de la cooperativa toman parte en otras organizaciones					X
34	Las decisiones que se toman en el nivel más alto de los directivos muchas veces afectan a sus socios					X
35	Las colocaciones bancarias que se ofrecen a los clientes representan un incremento mayor con respecto al año anterior					X

Business Intelligence y toma de decisiones en Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, 2019.						
INSTRUCCIONES: Marca con una (X) en la alternativa que Ud. Considere conveniente 1= Nunca 2= Casi nunca 3= Algunas veces 4= Casi siempre 5= Siempre						
Nº	DIMENSIONES / Ítems					
VARIABLE I: BUSINESS INTELLIGENCE						
DIMENSIÓN 1: MINERÍA DE DATOS		1	2	3	4	5
1	Con la minería de datos la empresa puede mejorar la atención al cliente a partir de la información obtenida				X	
2	La minería de datos ahorra costes a la empresa para dar nuevas oportunidades de negocio				X	
3	La calidad de los datos es la clave del éxito de un almacén de datos				X	
4	Resultan eficaces las técnicas de minería de datos incorporadas en la empresa					X
5	El análisis en aplicación de minería de datos incorpora técnicas de reconocimiento de patrones				X	
6	A partir del uso de la minería de datos surgen nuevas aplicaciones como la minería de textos como también la minería de datos web					X
7	La minería de datos como herramienta de búsqueda de información se utiliza como sistema de apoyo a la toma de decisiones de las altas direcciones de las empresas				X	
DIMENSIÓN 2: REGLAS DE NEGOCIO						
8	Las normas establecidas están alineadas a las políticas de la empresa					X
9	Los gestores definen las reglas mediante un excelente análisis de sus procesos				X	
10	Para que estas reglas funcionen es necesario que utilicen la tecnología de un software especializado				X	
11	Se controla eficazmente la evolución de la ejecución presupuestaria				X	
12	Implementan un organigrama funcional en la empresa con sus funciones teniendo en cuenta las reglas de negocio				X	
13	Establece de un cuadro de mando que sintetice todas las coordenadas de la evolución de su empresa				X	
DIMENSIÓN 3: VISIBILIDAD DE LA INFORMACIÓN						
14	Los navegadores facilitan la accesibilidad a los usuarios hacer más visible la información de sus sitios web				X	
15	Una buena información da a conocer la realidad del entorno empresarial				X	
16	Dispone de medios adecuados como los canales de difusión para dar a conocer sus servicios				X	
17	Los sitios de búsqueda son fáciles de entender por los clientes				X	
18	La experiencia del usuario puede contribuir a la visibilidad de la información				X	
VARIABLE II: TOMA DE DECISIONES						
DIMENSIÓN 1: DECISIONES ESTRATÉGICAS						
19	Analizan continuamente que eventos a futuro podrían ocasionar pérdidas en la Cooperativa				X	
20	Es fundamental planificar estrategias para tomar buenas decisiones				X	
21	Las estrategias utilizadas por la empresa son las más eficaces para brindar un buen servicio				X	
22	Los socios antes de hacer una inversión hacen un análisis del escenario financiero para conocer los posibles riesgos en su economía				X	
23	En cuanto a las estrategias de fidelización la cooperativa satisface las necesidades del cliente cubriendo sus expectativas				X	
24	Las cooperativas están en capacidad de desarrollar estrategias que les permite aumentar el número de asociados			X		
DIMENSIÓN 2: DECISIONES TÁCTICAS						
25	Cuentan con suficientes agencias como para que el cliente tenga a disponibilidad realizar sus operaciones financieras				X	
26	Tienen impacto en el desarrollo del negocio pero de ningún modo comprometen el futuro de la empresa				X	
27	Las técnicas de cobranza utilizadas en la cooperativa les permite tener una mejor efectividad en los procesos de cobros				X	
28	Mantienen una eficaz comunicación con el socio que haya incurrido en mora con la intención de llegar a un acuerdo adecuado que impida los procesos judiciales				X	
29	Cuentan con un sistema integral de cobranza que permita al personal tomar medidas eficientes para la recuperación de la deuda de los socios				X	
30	Las decisiones tácticas involucra a los altos mandos de la organización				X	
DIMENSIÓN 3: DECISIONES OPERATIVAS						
31	Conocer la operatividad diaria de la compañía le permite saber las dificultades en las que se encuentra su personal día a día				X	
32	Hay buena disposición por parte de los socios a incrementar su participación en las cooperativas				X	
33	Conocen si los socios de la cooperativa toman parte en otras organizaciones				X	
34	Las decisiones que se toman en el nivel más alto de los directivos muchas veces afectan a sus socios				X	
35	Las colocaciones bancarias que se otorgan a los clientes representan un incremento mayor con respecto al año anterior				X	

Business Intelligence y toma de decisiones en Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, 2019.					
INSTRUCCIONES: Marque con una (X) en la alternativa que Ud. Considere convalidada 1= Nunca 2= Casi nunca 3= Algunas veces 4= Casi siempre 5= Siempre					
Nº	DIMENSIONES / Items				
	VARIABLE I: BUSINESS INTELLIGENCE				
	DIMENSIÓN 1: MINERÍA DE DATOS	1	2	3	4
1	Con la minería de datos la empresa puede mejorar la atención al cliente a partir de la información obtenida			X	
2	La minería de datos ahorra costes a la empresa para dar nuevas oportunidades de negocio				X
3	La calidad de los datos es la clave del éxito de un almacén de datos			X	
4	Resultan eficaces las técnicas de minería de datos incorporadas en la empresa				X
5	El análisis en aplicación de minería de datos incorpora técnicas de reconocimiento de patrones			X	
6	A partir del uso de la minería de datos surgen nuevas aplicaciones como la minería de textos como también la minería de datos web			X	
7	La minería de datos como herramienta de búsqueda de información se utiliza como sistema de apoyo a la toma de decisiones de las altas direcciones de las empresas				X
	DIMENSIÓN 2: REGLAS DE NEGOCIO				
8	Las normas establecidas están alineados a las políticas de la empresa				X
9	Los gestores definen las reglas mediante un excelente análisis de sus procesos			X	
10	Para que estas reglas funcionen es necesario que utilicen la tecnología de un software especializado			X	
11	Se controla eficazmente la evolución de la ejecución presupuestaria			X	
12	Implementan un organigrama funcional en la empresa con sus funciones teniendo en cuenta las reglas de negocio			X	
13	Establece de un cuadro de mando que sintetice todas las coordenadas de la evolución de su empresa			X	
	DIMENSIÓN 3: VISIBILIDAD DE LA INFORMACIÓN				
14	Los navegadores facilitan la accesibilidad a los usuarios hacer más visible la información de sus sitios web				X
15	Una buena información da a conocer la realidad del entorno empresarial			X	
16	Dispone de medios adecuados como los canales de difusión para dar a conocer sus servicios				X
17	Los sitios de búsqueda son fáciles de entender por los clientes				X
18	La experiencia del usuario puede contribuir a la visibilidad de la información				X
	VARIABLE II: TOMA DE DECISIONES				
	DIMENSIÓN 1: DECISIONES ESTRATÉGICAS				
19	Analizan continuamente que eventos a futuro podrían ocasionar pérdidas en la Cooperativa			X	
20	Es fundamental planificar estrategias para tomar buenas decisiones				X
21	Las estrategias utilizadas por la empresa son las más eficaces para brindar un buen servicio			X	
22	Los socios antes de hacer una inversión hacen un análisis del escenario financiero para conocer los posibles riesgos en su economía				X
23	En cuanto a las estrategias de fidelización la cooperativa satisface las necesidades del cliente cubriendo sus expectativas			X	
24	Las cooperativas están en capacidad de desarrollar estrategias que les permita aumentar el número de asociados				X
	DIMENSIÓN 2: DECISIONES TÁCTICAS				
25	Cuentan con suficientes agencias como para que el cliente tenga a disponibilidad realizar sus operaciones financieras			X	
26	Tienen impacto en el desarrollo del negocio pero de ningún modo comprometen el futuro de la empresa			X	
27	Las técnicas de cobranza utilizadas en la cooperativa les permite tener una mejor efectividad en los procesos de cobros				X
28	Mantienen una eficaz comunicación con el socio que haya incurrido en mora con la intención de llegar a un acuerdo adecuado que impida los procesos judiciales				X
29	Cuentan con un sistema integral de cobranza que permita al personal tomar medidas eficientes para la recuperación de la deuda de los socios			X	
30	Las decisiones tácticas involucra a los altos mandos de la organización				X
	DIMENSIÓN 3: DECISIONES OPERATIVAS				
31	Conocer la operatividad diaria de la compañía le permite saber las dificultades en las que se encuentra su personal día a día				X
32	Hay buena disposición por parte de los socios a incrementar su participación en las cooperativas				X
33	Conocen si los socios de la cooperativa toman parte en otras organizaciones			X	
34	Las decisiones que se toman en el nivel más alto de los directivos muchas veces afectan a sus socios				X
35	Las colocaciones bancarias que se otorgan a los clientes representan un incremento mayor con respecto al año anterior				X

Business Intelligence y toma de decisiones en Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, 2019.						
INSTRUCCIONES: Marque con una (X) en la alternativa que Ud. Considere conveniente 1= Nunca 2= Casi nunca 3= Algunas veces 4= Casi siempre 5= Siempre						
N°	DIMENSIONES / Items					
VARIABLE I : BUSINESS INTELLIGENCE						
DIMENSIÓN 1: MINERÍA DE DATOS						1 2 3 4 5
1	Con la minería de datos la empresa puede mejorar la atención al cliente a partir de la información obtenida					
2	La minería de datos ahorra costos a la empresa para dar nuevas oportunidades de negocio					
3	La calidad de los datos es la clave del éxito de un almacén de datos					
4	Resultan eficaces las técnicas de minería de datos incorporadas en la empresa					
5	El análisis en aplicación de minería de datos incorpora técnicas de reconocimiento de patrones					
6	A partir del uso de la minería de datos surgen nuevas aplicaciones como la minería de textos como también la minería de datos web					
7	La minería de datos como herramienta de búsqueda de información se utiliza como sistema de apoyo a la toma de decisiones de las altas direcciones de las empresas					
DIMENSIÓN 2: REGLAS DE NEGOCIO						
8	Las normas establecidas están alineadas a las políticas de la empresa					
9	Los gestores definen las reglas mediante un excelente análisis de sus procesos					
10	Para que estas reglas funcionen es necesario que utilicen la tecnología de un software especializado					
11	Se controla eficazmente la evolución de la ejecución presupuestaria					
12	Implementan un organigrama funcional en la empresa con sus funciones teniendo en cuenta las reglas de negocio					
13	Establece de un cuadro de mando que sintetice todas las coordenadas de la evolución de su empresa					
DIMENSIÓN 3: VISIBILIDAD DE LA INFORMACIÓN						
14	Los navegadores facilitan la accesibilidad a los usuarios hacer más visible la información de sus sitios web					
15	Una buena información da a conocer la realidad del entorno empresarial					
16	Dispone de medios adecuados como los canales de difusión para dar a conocer sus servicios					
17	Los sitios de búsqueda son fáciles de entender por los clientes					
18	La experiencia del usuario puede contribuir a la visibilidad de la información					
VARIABLE II: TOMA DE DECISIONES						
DIMENSIÓN 1: DECISIONES ESTRATÉGICAS						
19	Analizan continuamente que eventos a futuro podrían ocasionar pérdidas en la Cooperativa					
20	Es fundamental planificar estrategias para tomar buenas decisiones					
21	Las estrategias utilizadas por la empresa son las más eficaces para brindar un buen servicio					
22	Los socios antes de hacer una inversión hacen un análisis del escenario financiero para conocer los posibles riesgos en su economía					
23	En cuanto a las estrategias de fidelización la cooperativa satisface las necesidades del cliente cubriendo sus expectativas					
24	Las cooperativas están en capacidad de desarrollar estrategias que les permita aumentar el número de asociados					
DIMENSIÓN 2: DECISIONES TÁCTICAS						
25	Cuentan con suficientes agencias como para que el cliente tenga a disponibilidad realizar sus operaciones financieras					
26	Tienen impacto en el desarrollo del negocio pero de ningún modo comprometen el futuro de la empresa					
27	Las técnicas de cobranza utilizadas en la cooperativa les permite tener una mejor efectividad en los procesos de cobros					
28	Mantienen una eficaz comunicación con el socio que haya incurrido en mora con la intención de llegar a un acuerdo adecuado que impida los procesos judiciales					
29	Cuentan con un sistema integral de cobranza que permita al personal tomar medidas eficientes para la recuperación de la deuda de los socios					
30	Las decisiones tácticas involucra a los altos mandos de la organización					
DIMENSIÓN 3: DECISIONES OPERATIVAS						
31	Conocer la operatividad diaria de la compañía le permite saber las dificultades en las que se encuentra su personal día a día					
32	Hay buena disposición por parte de los socios a incrementar su participación en las cooperativas					
33	Conocen si los socios de la cooperativa toman parte en otras organizaciones					
34	Las decisiones que se toman en el nivel más alto de los directivos muchas veces afectan a sus socios					
35	Las colocaciones bancarias que se otorgan a los clientes representan un incremento mayor con respecto al año anterior					

Business Intelligence y toma de decisiones en Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lirio, 2019.					
INSTRUCCIONES: Marque con una (X) en la alternativa que Ud. Considere conveniente 1= Nunca 2= Casi nunca 3= Algunas veces 4= Casi siempre 5= Siempre					
Nº	DIMENSIONES / Items				
	VARIABLE I : BUSINESS INTELLIGENCE				
	DIMENSIÓN 1: MINERÍA DE DATOS	1	2	3	4
1	Con la minería de datos la empresa puede mejorar la atención al cliente a partir de la información obtenida			X	
2	La minería de datos ahorra costes a la empresa para dar nuevas oportunidades de negocio			X	
3	La calidad de los datos es la clave del éxito de un almacén de datos			X	
4	Resultan eficaces las técnicas de minería de datos incorporadas en la empresa				X
5	El análisis en aplicación de minería de datos incorpora técnicas de reconocimiento de patrones			X	
6	A partir del uso de la minería de datos surgen nuevas aplicaciones como la minería de textos como también la minería de datos web				X
7	La minería de datos como herramienta de búsqueda de información se utiliza como sistema de apoyo a la toma de decisiones de las otras direcciones de las empresas			X	
	DIMENSIÓN 2: REGLAS DE NEGOCIO				
8	Las normas establecidas están alineados a las políticas de la empresa				X
9	Los gestores definen las reglas mediante un excelente análisis de sus procesos			X	
10	Para que estas reglas funcionen es necesario que utilicen la tecnología de un software especializado			X	
11	Se controla eficazmente la evolución de la ejecución presupuestaria			X	
12	Implementan un organigrama funcional en la empresa con sus funciones teniendo en cuenta las reglas de negocio			X	
13	Establece de un cuadro de mando que sintetice todas las coordenadas de la evolución de su empresa			X	
	DIMENSIÓN 3: VISIBILIDAD DE LA INFORMACIÓN				
14	Los navegadores facilitan la accesibilidad a los usuarios hacer más visible la información de sus sitios web			X	
15	Una buena información da a conocer la realidad del entorno empresarial			X	
16	Dispone de medios adecuados como los canales de difusión para dar a conocer sus servicios				X
17	Los sitios de búsqueda son fáciles de entender por los clientes			X	
18	La experiencia del usuario puede contribuir a la visibilidad de la información				X
	VARIABLE II: TOMA DE DECISIONES				
	DIMENSIÓN 1: DECISIONES ESTRATÉGICAS				
19	Analizan continuamente que eventos a futuro podrían ocasionar pérdidas en la Cooperativa			X	
20	Es fundamental planificar estrategias para tomar buenas decisiones				X
21	Las estrategias utilizadas por la empresa son las más eficaces para brindar un buen servicio			X	
22	Los socios antes de hacer una inversión hacen un análisis del escenario financiero para conocer los posibles riesgos en su economía			X	
23	En cuanto a las estrategias de fidelización la cooperativa satisface las necesidades del cliente cubriendo sus expectativas			X	
24	Las cooperativas están en capacidad de desarrollar estrategias que les permita aumentar el número de asociados				X
	DIMENSIÓN 2: DECISIONES TÁCTICAS				
25	Cuentan con suficientes agencias como para que el cliente tenga a disponibilidad realizar sus operaciones financieras			X	
26	Tienen impacto en el desarrollo del negocio pero de ningún modo comprometen el futuro de la empresa			X	
27	Las técnicas de cobranza utilizadas en la cooperativa les permite tener una mejor efectividad en los procesos de cobros			X	
28	Mantienen una eficaz comunicación con el socio que haya incurrido en mora con la intención de llegar a un acuerdo adecuado que impida los procesos judiciales				X
29	Cuentan con un sistema integral de cobranza que permita al personal tomar medidas eficientes para la recuperación de la deuda de los socios			X	
30	Las decisiones tácticas involucra a los altos mandos de la organización			X	
	DIMENSIÓN 3: DECISIONES OPERATIVAS				
31	Conocer la operatividad diaria de la compañía le permite saber las dificultades en las que se encuentra su personal día a día				X
32	Hay buena disposición por parte de los socios a incrementar su participación en las cooperativas			X	
33	Conocen si los socios de la cooperativa toman parte en otras organizaciones			X	
34	Las decisiones que se toman en el nivel más alto de los directivos muchas veces afectan a sus socios				X
35	Las colocaciones bancarias que se otorgan a los clientes representan un incremento mayor con respecto al año anterior			X	

Business Intelligence y toma de decisiones en Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, 2019.						
INSTRUCCIONES: Marca con una (X) en la alternativa que Ud. Considere conveniente 1= Nunca 2= Casi nunca 3= Algunas veces 4= Casi siempre 5= Siempre						
Nº	DIMENSIONES / Ítems					
VARIABLE I: BUSINESS INTELLIGENCE						
DIMENSIÓN 1: MINERÍA DE DATOS		1	2	3	4	5
1	Con la minería de datos la empresa puede mejorar la atención al cliente a partir de la información obtenida				X	
2	La minería de datos ahorra costes a la empresa para dar nuevas oportunidades de negocio		X			
3	La calidad de los datos es la clave del éxito de un análisis de datos				X	
4	Resultan eficaces las técnicas de minería de datos incorporadas en la empresa					X
5	El análisis en aplicación de minería de datos incorpora técnicas de reconocimiento de patrones				X	
6	A partir del uso de la minería de datos surgen nuevas aplicaciones como la minería de textos como también la minería de datos web				X	
7	La minería de datos como herramienta de búsqueda de información se utiliza como sistema de apoyo a la toma de decisiones de las altas direcciones de las empresas		X			
DIMENSIÓN 2: REGLAS DE NEGOCIO						
8	Las normas establecidas están alineadas a las políticas de la empresa					X
9	Los gestores definen las reglas mediante un excelente análisis de sus procesos				X	
10	Para que estas reglas funcionen es necesario que utilicen la tecnología de un software especializado				X	
11	Se controla eficazmente la evolución de la ejecución presupuestaria				X	
12	Implementan un organigrama funcional en la empresa con sus funciones teniendo en cuenta las reglas de negocio				X	
13	Establece de un cuadro de mando que sintetice todas las coordenadas de la evolución de su empresa				X	
DIMENSIÓN 3: VISIBILIDAD DE LA INFORMACIÓN						
14	Los navegadores facilitan la accesibilidad a los usuarios hacer más visible la información de sus sitios web		X			
15	Una buena información da a conocer la realidad del entorno empresarial				X	
16	Dispone de medios adecuados como los canales de difusión para dar a conocer sus servicios				X	
17	Los sitios de búsqueda son fáciles de entender por los clientes		X			
18	La experiencia del usuario puede contribuir a la visibilidad de la información				X	
VARIABLE II: TOMA DE DECISIONES						
DIMENSIÓN 1: DECISIONES ESTRATÉGICAS						
19	Analizan continuamente que eventos a futuro podrían ocasionar pérdidas en la Cooperativa				X	
20	Es fundamental planificar estrategias para tomar buenas decisiones				X	
21	Las estrategias utilizadas por la empresa son las más eficaces para brindar un buen servicio		X			
22	Los socios antes de hacer una inversión hacen un análisis del escenario financiero para conocer los posibles riesgos en su economía			X		
23	En cuanto a las estrategias de fidelización la cooperativa satisface las necesidades del cliente cubriendo sus expectativas				X	
24	Las cooperativas están en capacidad de desarrollar estrategias que les permita aumentar el número de asociados				X	
DIMENSIÓN 2: DECISIONES TÁCTICAS						
25	Cuentan con suficientes agencias como para que el cliente tenga a disponibilidad realizar sus operaciones financieras		X			
26	Tienen impacto en el desarrollo del negocio pero de ningún modo comprometen el futuro de la empresa				X	
27	Las técnicas de cobranza utilizadas en la cooperativa les permite tener una mayor efectividad en los procesos de cobros			X		
28	Mantienen una eficaz comunicación con el socio que haya incurrido en mora con la intención de llegar a un acuerdo adecuado que impida los procesos judiciales				X	
29	Cuentan con un sistema integral de cobranza que permita al personal tomar medidas eficientes para la recuperación de la deuda de los socios				X	
30	Las decisiones tácticas involucra a los altos mandos de la organización		X			
DIMENSIÓN 3: DECISIONES OPERATIVAS						
31	Conocer la operatividad diaria de la compañía le permite saber las dificultades en las que se encuentra su personal día a día				X	
32	Hay buena disposición por parte de los socios a incrementar su participación en las cooperativas		X			
33	Conocen si los socios de la cooperativa toman parte en otras organizaciones				X	
34	Las decisiones que se toman en el nivel más alto de los directivos muchas veces afectan a sus socios				X	
35	Las colocaciones bancarias que se otorgan a los clientes representan un incremento mayor con respecto al año anterior		X			

Business Intelligence y toma de decisiones en Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, 2018.					
INSTRUCCIONES: Marque con una (X) en la alternativa que Ud. Considere conveniente 1= Nunca 2= Casi nunca 3= Algunas veces 4= Casi siempre 5= Siempre					
Nº	DIMENSIONES / Items				
	VARIABLE I : BUSINESS INTELLIGENCE				
	DIMENSIÓN 1: MINERÍA DE DATOS	1	2	3	4
1	Con la minería de datos la empresa puede mejorar la atención al cliente a partir de la información obtenida				X
2	La minería de datos ahorra costes a la empresa para dar nuevas oportunidades de negocio			X	
3	La calidad de los datos es la clave del éxito de un almacén de datos				X
4	Resultan eficaces las técnicas de minería de datos incorporadas en la empresa			X	
5	El análisis en aplicación de minería de datos incorpora técnicas de reconocimiento de patrones				X
6	A partir del uso de la minería de datos surgen nuevas aplicaciones como la minería de textos como también la minería de datos web				X
7	La minería de datos como herramienta de búsqueda de información se utiliza como sistema de apoyo a la toma de decisiones de las altas direcciones de las empresas		X		
	DIMENSIÓN 2: REGLAS DE NEGOCIO				
8	Las normas establecidas están alineadas a las políticas de la empresa			X	
9	Los gestores definen las reglas mediante un excelente análisis de sus procesos				X
10	Para que estas reglas funcionen es necesario que utilicen la tecnología de un software especializado				X
11	Se controla eficazmente la evolución de la ejecución presupuestaria				X
12	Implementan un organigrama funcional en la empresa con sus funciones teniendo en cuenta las reglas de negocio				X
13	Establece de un cuadro de mando que sintetice todas las coordenadas de la evolución de su empresa				X
	DIMENSIÓN 3: VISIBILIDAD DE LA INFORMACIÓN				
14	Los navegadores facilitan la accesibilidad a los usuarios hacer más visible la información de sus sitios web		X		
15	Una buena información da a conocer la realidad del entorno empresarial				X
16	Dispone de medios adecuados como los canales de difusión para dar a conocer sus servicios			X	
17	Los sitios de búsqueda son fáciles de entender por los clientes			X	
18	La experiencia del usuario puede contribuir a la visibilidad de la información			X	
	VARIABLE II: TOMA DE DECISIONES				
	DIMENSIÓN 1: DECISIONES ESTRATÉGICAS				
19	Analizan continuamente que eventos a futuro podrían ocasionar pérdidas en la Cooperativa				X
20	Es fundamental planificar estrategias para tomar buenas decisiones		X		
21	Las estrategias utilizadas por la empresa son las más eficaces para brindar un buen servicio				X
22	Los socios antes de hacer una inversión hacen un análisis del escenario financiero para conocer los posibles riesgos en su economía		X		
23	En cuanto a las estrategias de fidelización la cooperativa satisface las necesidades del cliente cubriendo sus expectativas				X
24	Las cooperativas están en capacidad de desarrollar estrategias que les permita aumentar el número de asociados				X
	DIMENSIÓN 2: DECISIONES TÁCTICAS				
25	Cuentan con suficientes agencias como para que el cliente tenga a disponibilidad realizar sus operaciones financieras				X
26	Tienen impacto en el desarrollo del negocio pero de ningún modo comprometen el futuro de la empresa				X
27	Las técnicas de cobranza utilizadas en la cooperativa les permite tener una mejor efectividad en los procesos de cobros		X		
28	Mantienen una eficaz comunicación con el socio que haya incurrido en mora con la intención de llegar a un acuerdo adecuado que impida los procesos judiciales			X	
29	Cuentan con un sistema integral de cobranza que permita al personal tomar medidas eficientes para la recuperación de la deuda de los socios				X
30	Las decisiones tácticas involucra a los altos mandos de la organización		X		
	DIMENSIÓN 3: DECISIONES OPERATIVAS				
31	Conocer la operatividad diaria de la compañía le permite saber las dificultades en las que se encuentra su personal día a día		X		
32	Hay buena disposición por parte de los socios a incrementar su participación en las cooperativas		X		
33	Conocen si los socios de la cooperativa toman parte en otras organizaciones				X
34	Las decisiones que se toman en el nivel más alto de los directivos muchas veces afectan a sus socios			X	
35	Las colocaciones bancarias que se otorgan a los clientes representan un incremento mayor con respecto al año anterior			X	

Business Intelligence y toma de decisiones en Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, 2019.											
INSTRUCCIONES: Marca con una (X) en la alternativa que Ud. Considere conveniente 1= Nunca 2= Casi nunca 3= Algunas veces 4= Casi siempre 5= Siempre											
Nº	DIMENSIONES / Items										
VARIABLE I : BUSINESS INTELLIGENCE											
DIMENSIÓN 1: MINERÍA DE DATOS						1	2	3	4	5	
1	Con la minería de datos la empresa puede mejorar la atención al cliente a partir de la información obtenida								X		
2	La minería de datos ahorra costes a la empresa para dar nuevas oportunidades de negocio						X				
3	La calidad de los datos es la clave del éxito de un almacén de datos									X	
4	Resultan eficaces las técnicas de minería de datos incorporadas en la empresa									X	
5	El análisis en aplicación de minería de datos incorpora técnicas de reconocimiento de patrones									X	
6	A partir del uso de la minería de datos surgen nuevas aplicaciones como la minería de textos como también la minería de datos web										X
7	La minería de datos como herramienta de búsqueda de información se utiliza como sistema de apoyo a la toma de decisiones de las altas direcciones de las empresas									X	
DIMENSIÓN 2: REGLAS DE NEGOCIO											
8	Las normas establecidas están alineadas a las políticas de la empresa									X	
9	Los gestores definen las reglas mediante un excelente análisis de sus procesos									X	
10	Para que estas reglas funcionen es necesario que utilicen la tecnología de un software especializado									X	
11	Se controla eficazmente la evolución de la ejecución presupuestaria									X	
12	Implementan un organigrama funcional en la empresa con sus funciones teniendo en cuenta las reglas de negocio									X	
13	Establece de un cuadro de mando que sintetice todas las coordenadas de la evolución de su empresa									X	
DIMENSIÓN 3: VISIBILIDAD DE LA INFORMACIÓN											
14	Los navegadores facilitan la accesibilidad a los usuarios hacer más visible la información de sus sitios web									X	
15	Una buena información da a conocer la realidad del entorno empresarial									X	
16	Dispone de medios adecuados como los canales de difusión para dar a conocer sus servicios								X		
17	Los sitios de búsqueda son fáciles de entender por los clientes									X	
18	La experiencia del usuario puede contribuir a la visibilidad de la información								X		
VARIABLE II: TOMA DE DECISIONES											
DIMENSIÓN 1: DECISIONES ESTRATÉGICAS											
19	Analizan continuamente que eventos a futuro podrían ocasionar pérdidas en la Cooperativa									X	
20	Es fundamental planificar estrategias para tomar buenas decisiones								X		
21	Las estrategias utilizadas por la empresa son las más eficaces para brindar un buen servicio									X	
22	Los socios antes de hacer una inversión hacen un análisis del escenario financiero para conocer los posibles riesgos en su economía									X	
23	En cuanto a los estrategias de fidelización la cooperativa satisface las necesidades del cliente cubriendo sus expectativas									X	
24	Las cooperativas están en capacidad de desarrollar estrategias que les permita aumentar el número de asociados										X
DIMENSIÓN 2: DECISIONES TÁCTICAS											
25	Cuentan con suficientes agencias como para que el cliente tenga a disponibilidad realizar sus operaciones financieras									X	
26	Tienen impacto en el desarrollo del negocio pero de ningún modo comprometen el futuro de la empresa									X	
27	Las técnicas de cobranza utilizadas en la cooperativa les permite tener una mejor efectividad en los procesos de cobros									X	
28	Mantienen una eficaz comunicación con el socio que haya incurrido en mora con la intención de llegar a un acuerdo adecuado que impida los procesos judiciales								X		
29	Cuentan con un sistema integral de cobranza que permita al personal tomar medidas eficientes para la recuperación de la deuda de los socios									X	
30	Las decisiones tácticas involucra a los altos mandos de la organización									X	
DIMENSIÓN 3: DECISIONES OPERATIVAS											
31	Conocer la operatividad diaria de la compañía le permite saber las dificultades en las que se encuentra su personal día a día								X		
32	Hay buena disposición por parte de los socios a incrementar su participación en las cooperativas										X
33	Conocen si los socios de la cooperativa toman parte en otras organizaciones									X	
34	Las decisiones que se toman en el nivel más alto de los directivos muchas veces afectan a sus socios								X		
35	Las colocaciones bancarias que se otorgan a los clientes representan un incremento mayor con respecto al año anterior										X

Business Intelligence y toma de decisiones en Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, 2019.						
INSTRUCCIONES: Marque con una (X) en la alternativa que Ud. Considere conveniente 1= Nunca 2= Casi nunca 3= Algunas veces 4= Casi siempre 5= Siempre						
N°	DIMENSIONES / Items					
VARIABLE I: BUSINESS INTELLIGENCE						
DIMENSIÓN 1: MINERÍA DE DATOS						
		1	2	3	4	5
1	Con la minería de datos la empresa puede mejorar la atención al cliente a partir de la información obtenida					X
2	La minería de datos ahorra costes a la empresa para dar nuevas oportunidades de negocio				X	
3	La calidad de los datos es la clave del éxito de un almacén de datos					X
4	Resultan eficaces las técnicas de minería de datos incorporadas en la empresa					X
5	El análisis en aplicación de minería de datos incorpora técnicas de reconocimiento de patrones					X
6	A partir del uso de la minería de datos surgen nuevas aplicaciones como la minería de textos como también la minería de datos web					X
7	La minería de datos como herramienta de búsqueda de información se utiliza como sistema de apoyo a la toma de decisiones de las altas direcciones de las empresas				X	
DIMENSIÓN 2: REGLAS DE NEGOCIO						
8	Las normas establecidas están alineadas a las políticas de la empresa					X
9	Los gestores definen las reglas mediante un excelente análisis de sus procesos					X
10	Para que estas reglas funcionen es necesario que utilicen la tecnología de un software especializado					X
11	Se controla eficazmente la evolución de la ejecución presupuestaria					X
12	Implementan un organigrama funcional en la empresa con sus funciones teniendo en cuenta las reglas de negocio					X
13	Establece de un cuadro de mando que sintetice todas las coordenadas de la evolución de su empresa					X
DIMENSIÓN 3: VISIBILIDAD DE LA INFORMACIÓN						
14	Los navegadores facilitan la accesibilidad a los usuarios hacer más visible la información de sus sitios web				X	
15	Una buena información de a conocer la realidad del entorno empresarial					X
16	Dispone de medios adecuados como los canales de difusión para dar a conocer sus servicios				X	
17	Los sitios de búsqueda son fáciles de entender por los clientes				X	
18	La experiencia del usuario puede contribuir a la visibilidad de la información				X	
VARIABLE II: TOMA DE DECISIONES						
DIMENSIÓN 1: DECISIONES ESTRATÉGICAS						
19	Analizan continuamente que eventos a futuro podrían ocasionar pérdidas en la Cooperativa					X
20	Es fundamental planificar estrategias para tomar buenas decisiones				X	
21	Las estrategias utilizadas por la empresa son las más eficaces para brindar un buen servicio					X
22	Los socios antes de hacer una inversión hacen un análisis del escenario financiero para conocer los posibles riesgos en su economía				X	
23	En cuanto a las estrategias de fidelización la cooperativa satisface las necesidades del cliente cubriendo sus expectativas					X
24	Las cooperativas están en capacidad de desarrollar estrategias que les permita aumentar el número de asociados					X
DIMENSIÓN 2: DECISIONES TÁCTICAS						
25	Cuentan con suficientes agencias como para que el cliente tenga a disponibilidad realizar sus operaciones financieras					X
26	Tienen impacto en el desarrollo del negocio pero de ningún modo comprometen el futuro de la empresa					X
27	Las técnicas de cobranza utilizadas en la cooperativa les permite tener una mejor efectividad en los procesos de cobros				X	
28	Mantienen una eficaz comunicación con el socio que haya incurrido en mora con la intención de llegar a un acuerdo adecuado que impida los procesos judiciales		X			
29	Cuentan con un sistema integral de cobranza que permita al personal tomar medidas eficientes para la recuperación de la deuda de los socios					X
30	Las decisiones tácticas involucra a los altos mandos de la organización				X	
DIMENSIÓN 3: DECISIONES OPERATIVAS						
31	Conocer la operatividad diaria de la compañía le permite saber las dificultades en las que se encuentra su personal día a día				X	
32	Hay buena disposición por parte de los socios a incrementar su participación en las cooperativas				X	
33	Conocen si los socios de la cooperativa toman parte en otras organizaciones					X
34	Las decisiones que se toman en el nivel más alto de los directivos muchas veces afectan a sus socios				X	
35	Las colocaciones bancarias que se otorgan a los clientes representan un incremento mayor con respecto al año anterior				X	

Business Intelligence y toma de decisiones en Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, 2019.						
INSTRUCCIONES: Marque con una (X) en la alternativa que Ud. Considere conveniente 1= Nunca 2= Casi nunca 3= Algunas veces 4= Casi siempre 5= Siempre						
Nº	DIMENSIONES / Ítem					
VARIABLE I: BUSINESS INTELLIGENCE						
DIMENSIÓN 1: MINERÍA DE DATOS						
		1	2	3	4	5
1	Con la minería de datos la empresa puede mejorar la atención al cliente a partir de la información obtenida				X	
2	La minería de datos ahorra costes a la empresa para dar nuevas oportunidades de negocio			X		
3	La calidad de los datos es la clave del éxito de un almacén de datos				X	
4	Resultan eficaces las técnicas de minería de datos incorporadas en la empresa					X
5	El análisis en aplicación de minería de datos incorpora técnicas de reconocimiento de patrones				X	
6	A partir del uso de la minería de datos surgen nuevas aplicaciones como la minería de textos como también la minería de datos web					X
7	La minería de datos como herramienta de búsqueda de información se utiliza como sistema de apoyo a la toma de decisiones de las altas direcciones de las empresas			X		
DIMENSIÓN 2: REGLAS DE NEGOCIO						
8	Las normas establecidas están alineadas a las políticas de la empresa					X
9	Los gestores definen las reglas mediante un excelente análisis de sus procesos				X	
10	Para que estas reglas funcionen es necesario que utilicen la tecnología de un software especializado				X	
11	Se controla eficazmente la evolución de la ejecución presupuestaria				X	
12	Implementan un organigrama funcional en la empresa con sus funciones teniendo en cuenta las reglas de negocio				X	
13	Establece de un cuadro de mando que sintetice todas las coordenadas de la evolución de su empresa				X	
DIMENSIÓN 3: VISIBILIDAD DE LA INFORMACIÓN						
14	Los navegadores facilitan la accesibilidad a los usuarios hacer más visible la información de sus sitios web			X		
15	Una buena información da a conocer la realidad del entorno empresarial				X	
16	Dispone de medios adecuados como los canales de difusión para dar a conocer sus servicios					X
17	Los sitios de búsqueda son fáciles de entender por los clientes			X		
18	La experiencia del usuario puede contribuir a la visibilidad de la información					X
VARIABLE II: TOMA DE DECISIONES						
DIMENSIÓN 1: DECISIONES ESTRATÉGICAS						
19	Analizan continuamente que eventos a futuro podrían ocasionar pérdidas en la Cooperativa				X	
20	Es fundamental planificar estrategias para tomar buenas decisiones					X
21	Las estrategias utilizadas por la empresa son las más eficaces para brindar un buen servicio				X	
22	Los socios antes de hacer una inversión hacen un análisis del escenario financiero para conocer los posibles riesgos en su economía			X		
23	En cuanto a las estrategias de fidelización la cooperativa satisface las necesidades del cliente cubriendo sus expectativas				X	
24	Las cooperativas están en capacidad de desarrollar estrategias que les permita aumentar el número de asociados					X
DIMENSIÓN 2: DECISIONES TÁCTICAS						
25	Cuentan con suficientes agencias como para que el cliente tenga a disponibilidad realizar sus operaciones financieras				X	
26	Tienen impacto en el desarrollo del negocio pero de ningún modo comprometen el futuro de la empresa				X	
27	Las técnicas de cobranza utilizadas en la cooperativa les permite tener una mejor efectividad en los procesos de cobros			X		
28	Mantienen una eficaz comunicación con el socio que haya incurrido en mora con la intención de llegar a un acuerdo adecuado que impide los procesos judiciales					X
29	Cuentan con un sistema integral de cobranza que permita al personal tomar medidas eficientes para la recuperación de la deuda de los socios				X	
30	Las decisiones tácticas involucra a los altos mandos de la organización			X		
DIMENSIÓN 3: DECISIONES OPERATIVAS						
31	Conocer la operatividad diaria de la compañía le permite saber las dificultades en las que se encuentre su personal día a día					X
32	Hay buena disposición por parte de los socios a incrementar su participación en las cooperativas			X		
33	Conocen si los socios de la cooperativa toman parte en otras organizaciones				X	
34	Las decisiones que se toman en el nivel más alto de los directivos muchas veces afectan a sus socios					X
35	Las colocaciones bancarias que se otorgan a los clientes representan un incremento mayor con respecto al año anterior			X		

Business Intelligence y toma de decisiones en Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, 2019.					
INSTRUCCIONES: Marca con una (X) en la alternativa que Ud. Considere correcta 1= Nunca 2= Casi nunca 3= Algunas veces 4= Casi siempre 5= Siempre					
Nº	DIMENSIONES / Items				
VARIABLE I: BUSINESS INTELLIGENCE					
DIMENSIÓN 1: MINERÍA DE DATOS		1	2	3	4
1	Con la minería de datos la empresa puede mejorar la atención al cliente a partir de la información obtenida				X
2	La minería de datos ahorra costes a la empresa para dar nuevas oportunidades de negocio			X	
3	La calidad de los datos es la clave del éxito de un almacén de datos				X
4	Resultan eficaces las técnicas de minería de datos incorporadas en la empresa				X
5	El análisis en aplicación de minería de datos incorpora técnicas de reconocimiento de patrones				X
6	A partir del uso de la minería de datos surgen nuevas aplicaciones como la minería de textos como también la minería de datos web				X
7	La minería de datos como herramienta de búsqueda de información se utiliza como sistema de apoyo a la toma de decisiones de las altas direcciones de las empresas			X	
DIMENSIÓN 2: REGLAS DE NEGOCIO					
8	Las normas establecidas están alineadas a las políticas de la empresa				X
9	Los gestores definen las reglas mediante un excelente análisis de sus procesos				X
10	Para que estas reglas funcionen es necesario que utilicen la tecnología de un software especializado				X
11	Se controla eficazmente la evolución de la ejecución presupuestaria				X
12	Implementan un organigrama funcional en la empresa con sus funciones teniendo en cuenta las reglas de negocio				X
13	Establece de un cuadro de mando que sintetice todas las coordenadas de la evolución de su empresa				X
DIMENSIÓN 3: VISIBILIDAD DE LA INFORMACIÓN					
14	Los navegadores facilitan la accesibilidad a los usuarios hacer más visible la información de sus sitios web			X	
15	Una buena información da a conocer la realidad del entorno empresarial				X
16	Dispone de medios adecuados como los canales de difusión para dar a conocer sus servicios			X	
17	Los sitios de búsqueda son fáciles de entender por los clientes			X	
18	La experiencia del usuario puede contribuir a la visibilidad de la información				X
VARIABLE II: TOMA DE DECISIONES					
DIMENSIÓN 1: DECISIONES ESTRATÉGICAS					
19	Analizan continuamente que eventos a futuro podrían ocasionar pérdidas en la Cooperativa				X
20	Es fundamental planificar estrategias para tomar buenas decisiones			X	
21	Las estrategias utilizadas por la empresa son las más eficaces para brindar un buen servicio				X
22	Los socios antes de hacer una inversión hacen un análisis del escenario financiero para conocer los posibles riesgos en su economía			X	
23	En cuanto a las estrategias de fidelización la cooperativa satisface las necesidades del cliente cubriendo sus expectativas				X
24	Las cooperativas están en capacidad de desarrollar estrategias que les permita aumentar el número de asociados				X
DIMENSIÓN 2: DECISIONES TÁCTICAS					
25	Cuentan con suficientes agencias como para que el cliente tenga a disponibilidad realizar sus operaciones financieras				X
26	Tienen impacto en el desarrollo del negocio pero de ningún modo comprometen el futuro de la empresa				X
27	Las técnicas de cobranza utilizadas en la cooperativa les permita tener una mejor efectividad en los procesos de cobros			X	
28	Mantienen una eficaz comunicación con el socio que haya incurrido en mora con la intención de llegar a un acuerdo adecuado que impida los procesos judiciales				X
29	Cuentan con un sistema integral de cobranza que permita al personal tomar medidas eficientes para la recuperación de la deuda de los socios				X
30	Las decisiones tácticas involucra a los altos mandos de la organización			X	
DIMENSIÓN 3: DECISIONES OPERATIVAS					
31	Conocer la operatividad diaria de la compañía le permite saber las dificultades en las que se encuentra su personal día a día			X	
32	Hay buena disposición por parte de los socios a incrementar su participación en las cooperativas			X	
33	Conocen si los socios de la cooperativa toman parte en otras organizaciones				X
34	Las decisiones que se toman en el nivel más alto de los directivos muchas veces afectan a sus socios				X
35	Las colocaciones bancarias que se otorgan a los clientes representan un incremento mayor con respecto al año anterior			X	

Business Intelligence y toma de decisiones en Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, 2019.					
INSTRUCCIONES: Marque con una (X) en la alternativa que Ud. Considere conveniente 1= Nunca 2= Casi nunca 3= Algunas veces 4= Casi siempre 5= Siempre					
N°	DIMENSIONES / Items				
VARIABLE I : BUSINESS INTELLIGENCE					
DIMENSIÓN 1: MINERÍA DE DATOS					
		1	2	3	4
1	Con la minería de datos la empresa puede mejorar la atención al cliente a partir de la información obtenida			X	
2	La minería de datos ahorra costes a la empresa para dar nuevas oportunidades de negocio		X		
3	La calidad de los datos es la clave del éxito de un almacén de datos			X	
4	Resultan eficaces las técnicas de minería de datos incorporadas en la empresa		X		
5	El análisis en aplicación de minería de datos incorpora técnicas de reconocimiento de patrones			X	
6	A partir del uso de la minería de datos surgen nuevas aplicaciones como la minería de textos como también la minería de datos web	X			
7	La minería de datos como herramienta de búsqueda de información se utiliza como sistema de apoyo a la toma de decisiones de las altas direcciones de las empresas		X		
DIMENSIÓN 2: REGLAS DE NEGOCIO					
8	Las normas establecidas están alineadas a las políticas de la empresa				X
9	Los gestores definen las reglas mediante un excelente análisis de sus procesos			X	
10	Para que estas reglas funcionen es necesario que utilicen la tecnología de un software especializado			X	
11	Se controla eficazmente la evolución de la ejecución presupuestaria			X	
12	Implementan un organigrama funcional en la empresa con sus funciones teniendo en cuenta las reglas de negocio			X	
13	Establece de un cuadro de mando que sintetice todas las coordenadas de la evolución de su empresa			X	
DIMENSIÓN 3: VISIBILIDAD DE LA INFORMACIÓN					
14	Los navegadores facilitan la accesibilidad a los usuarios hacer más visible la información de sus sitios web		X		
15	Una buena información da a conocer la realidad del entorno empresarial			X	
16	Dispone de medios adecuados como los canales de difusión para dar a conocer sus servicios			X	
17	Los sitios de búsqueda son fáciles de entender por los clientes		X		
18	La experiencia del usuario puede contribuir a la visibilidad de la información			X	
VARIABLE II: TOMA DE DECISIONES					
DIMENSIÓN 1: DECISIONES ESTRATÉGICAS					
19	Analizan continuamente que eventos a futuro podrían ocasionar pérdidas en la Cooperativa			X	
20	Es fundamental planificar estrategias para tomar buenas decisiones			X	
21	Las estrategias utilizadas por la empresa son las más eficaces para brindar un buen servicio			X	
22	Los socios antes de hacer una inversión hacen un análisis del escenario financiero para conocer los posibles riesgos en su economía		X		
23	En cuanto a las estrategias de fidelización la cooperativa satisface las necesidades del cliente cubriendo sus expectativas			X	
24	Las cooperativas están en capacidad de desarrollar estrategias que les permita aumentar el número de asociados				X
DIMENSIÓN 2: DECISIONES TÁCTICAS					
25	Cuentan con suficientes agencias como para que el cliente tenga a disponibilidad realizar sus operaciones financieras		X		
26	Tienen impedido en el desarrollo del negocio pero de ningún modo comprometen el futuro de la empresa			X	
27	Las técnicas de cobranza utilizadas en la cooperativa les permite tener una mejor efectividad en los procesos de cobros		X		
28	Mantienen una eficaz comunicación con el socio que haya incurrido en mora con la intención de llegar a un acuerdo adecuado que impida los procesos judiciales			X	
29	Cuentan con un sistema integral de cobranza que permita al personal tomar medidas eficientes para la recuperación de la deuda de los socios			X	
30	Las decisiones tácticas involucra a los altos mandos de la organización		X		
DIMENSIÓN 3: DECISIONES OPERATIVAS					
31	Conocer la operatividad diaria de la compañía le permite saber las dificultades en las que se encuentra su personal día a día			X	
32	Hay buena disposición por parte de los socios a incrementar su participación en las cooperativas		X		
33	Conocen si los socios de la cooperativa toman parte en otras organizaciones			X	
34	Las decisiones que se toman en el nivel más alto de los directivos muchas veces afectan a sus socios			X	
35	Las colocaciones bancarias que se otorgan a los clientes representan un incremento mayor con respecto al año anterior		X		

Business Intelligence y toma de decisiones en Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, 2019.										
INSTRUCCIONES: Marque con una (X) en la alternativa que Ud. Considere correcta 1= Nunca 2= Casi nunca 3= Algunas veces 4= Casi siempre 5= Siempre										
N°	DIMENSIONES / Ítems									
VARIABLE I: BUSINESS INTELLIGENCE										
DIMENSIÓN 1: MINERÍA DE DATOS						1	2	3	4	5
1	Con la minería de datos la empresa puede mejorar la atención al cliente a partir de la información obtenida									X
2	La minería de datos ahorra costes a la empresa para dar nuevas oportunidades de negocio								X	
3	La calidad de los datos es la clave del éxito de un almacén de datos									X
4	Resultan eficaces las técnicas de minería de datos incorporadas en la empresa									X
5	El análisis en aplicación de minería de datos incorpora técnicas de reconocimiento de patrones									X
6	A partir del uso de la minería de datos surgen nuevas aplicaciones como la minería de textos como también la minería de datos web									X
7	La minería de datos como herramienta de búsqueda de información se utiliza como sistema de apoyo a la toma de decisiones de las altas direcciones de las empresas								X	
DIMENSIÓN 2: REGLAS DE NEGOCIO										
8	Las normas establecidas están alineadas a las políticas de la empresa									X
9	Los gestores definen las reglas mediante un exhaustivo análisis de sus procesos									X
10	Para que estas reglas funcionen es necesario que utilicen la tecnología de un software especializado									X
11	Se controla eficazmente la evolución de la ejecución presupuestaria									X
12	Implementan un organigrama funcional en la empresa con sus funciones teniendo en cuenta las reglas de negocio									X
13	Establece de un cuadro de mando que sintetice todas las coordenadas de la evolución de su empresa									X
DIMENSIÓN 3: VISIBILIDAD DE LA INFORMACIÓN										
14	Los navegadores facilitan la accesibilidad a los usuarios hacer más visible la información de sus sitios web								X	
15	Una buena información da a conocer la realidad del entorno empresarial									X
16	Dispone de medios adecuados como los canales de difusión para dar a conocer sus servicios								X	
17	Los sitios de búsqueda son fáciles de entender por los clientes								X	
18	La experiencia del usuario puede contribuir a la visibilidad de la información								X	
VARIABLE II: TOMA DE DECISIONES										
DIMENSIÓN 1: DECISIONES ESTRATÉGICAS										
19	Analizan continuamente que eventos a futuro podrían ocasionar pérdidas en la Cooperativa									X
20	Es fundamental planificar estrategias para tomar buenas decisiones								X	
21	Las estrategias utilizadas por la empresa son las más eficaces para brindar un buen servicio									X
22	Los socios antes de hacer una inversión hacen un análisis del escenario financiero para conocer los posibles riesgos en su economía								X	
23	En cuanto a los estrategias de fidelización la cooperativa satisface las necesidades del cliente cubriendo sus expectativas									X
24	Las cooperativas están en capacidad de desarrollar estrategias que les permita aumentar el número de asociados							X		
DIMENSIÓN 2: DECISIONES TÁCTICAS										
25	Cuentan con suficientes agencias como para que el cliente tenga a disponibilidad realizar sus operaciones financieras									X
26	Tienen impacto en el desarrollo del negocio pero de ningún modo comprometen el futuro de la empresa									X
27	Las técnicas de cobranza utilizadas en la cooperativa les permite tener una mejor efectividad en los procesos de cobros								X	
28	Mantienen una eficaz comunicación con el socio que haya incurrido en mora con la intención de llegar a un acuerdo adecuado que impida los procesos judiciales								X	
29	Cuentan con un sistema integral de cobranza que permite al personal tomar medidas eficientes para la recuperación de la deuda de los socios									X
30	Las decisiones tácticas involucra a los altos mandos de la organización								X	
DIMENSIÓN 3: DECISIONES OPERATIVAS										
31	Conocer la operatividad diaria de la compañía le permite saber las dificultades en las que se encuentra su personal día a día								X	
32	Hay buena disposición por parte de los socios a incrementar su participación en las cooperativas								X	
33	Conocen si los socios de la cooperativa toman parte en otras organizaciones									X
34	Las decisiones que se toman en el nivel más alto de los directivos muchas veces afectan a sus socios								X	
35	Las colocaciones bancarias que se otorgan a los clientes representan un incremento mayor con respecto al año anterior									X

Business Intelligence y toma de decisiones en Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, 2019.													
INSTRUCCIONES: Marca con una (X) en la alternativa que Ud. Considere correspondiente 1= Nunca 2= Casi nunca 3= Algunas veces 4= Casi siempre 5= Siempre													
Nº	DIMENSIONES / ítem												
VARIABLE I : BUSINESS INTELLIGENCE													
DIMENSIÓN 1: MINERÍA DE DATOS								1	2	3	4	5	
1	Con la minería de datos la empresa puede mejorar la atención al cliente a partir de la información obtenida												X
2	La minería de datos ahorra costos a la empresa para dar nuevas oportunidades de negocio										X		
3	La calidad de los datos es la clave del éxito de un análisis de datos												X
4	Resultan eficaces las técnicas de minería de datos incorporadas en la empresa												X
5	El análisis en aplicación de minería de datos incorpora técnicas de reconocimiento de patrones												X
6	A partir del uso de la minería de datos surgen nuevas aplicaciones como la minería de textos como también la minería de datos web												X
7	La minería de datos como herramienta de búsqueda de información se utiliza como sistema de apoyo a la toma de decisiones de las altas direcciones de las empresas										X		
DIMENSIÓN 2: REGLAS DE NEGOCIO													
8	Las normas establecidas están alineadas a las políticas de la empresa												X
9	Los gestores definen las reglas mediante un excelente análisis de sus procesos												X
10	Para que estas reglas funcionen es necesario que utilicen la tecnología de un software especializado												X
11	Se controla eficazmente la evolución de la ejecución presupuestaria												X
12	Implementan un organigrama funcional en la empresa con sus funciones teniendo en cuenta las reglas de negocio												X
13	Establece de un cuadro de mando que sintetice todas las coordenadas de la evolución de su empresa												X
DIMENSIÓN 3: VISIBILIDAD DE LA INFORMACIÓN													
14	Los navegadores facilitan la accesibilidad a los usuarios hacer más visible la información de sus sitios web											X	
15	Una buena información da a conocer la realidad del entorno empresarial												X
16	Dispone de medios adecuados como los canales de difusión para dar a conocer sus servicios												X
17	Los sitios de búsqueda son fáciles de entender por los clientes										X		
18	La experiencia del usuario puede contribuir a la visibilidad de la información												X
VARIABLE II: TOMA DE DECISIONES													
DIMENSIÓN 1: DECISIONES ESTRATÉGICAS													
19	Analizan continuamente que eventos a futuro podrían ocasionar pérdidas en la Cooperativa												X
20	Es fundamental planificar estrategias para tomar buenas decisiones												X
21	Las estrategias utilizadas por la empresa son las más eficaces para brindar un buen servicio												X
22	Los socios antes de hacer una inversión hacen un análisis del escenario financiero para conocer los posibles riesgos en su economía										X		
23	En cuanto a las estrategias de fidelización la cooperativa satisface las necesidades del cliente cubriendo sus expectativas												X
24	Las cooperativas están en capacidad de desarrollar estrategias que les permita aumentar el número de asociados												X
DIMENSIÓN 2: DECISIONES TÁCTICAS													
25	Cuentan con suficientes agencias como para que el cliente tenga a disponibilidad realizar sus operaciones financieras												X
26	Tienen impacto en el desarrollo del negocio pero de ningún modo comprometen el futuro de la empresa												X
27	Las técnicas de cobranza utilizadas en la cooperativa les permite tener una mejor efectividad en los procesos de cobros										X		
28	Mantienen una eficaz comunicación con el socio que haya incurrido en mora con la intención de llegar a un acuerdo adecuado que impida los procesos judiciales												X
29	Cuentan con un sistema integral de cobranza que permita al personal tomar medidas eficientes para la recuperación de la deuda de los socios												X
30	Las decisiones tácticas involucra a los altos mandos de la organización										X		
DIMENSIÓN 3: DECISIONES OPERATIVAS													
31	Conocer la operatividad diaria de la compañía le permite saber las dificultades en las que se encuentra su personal día a día												X
32	Hay buena disposición por parte de los socios a incrementar su participación en las cooperativas										X		
33	Conocen si los socios de la cooperativa toman parte en otras organizaciones												X
34	Las decisiones que se toman en el nivel más alto de los directivos muchas veces afectan a sus socios												X
35	Las colocaciones bancarias que se otorgan a los clientes representan un incremento mayor con respecto al año anterior										X		

Business Intelligence y toma de decisiones en Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, 2019.						
INSTRUCCIONES: Marque con una (X) en la alternativa que Ud. Considere conveniente 1= Nunca 2= Casi nunca 3= Algunas veces 4= Casi siempre 5= Siempre						
Nº	DIMENSIONES / Items					
VARIABLE I: BUSINESS INTELLIGENCE						
DIMENSIÓN 1: MINERÍA DE DATOS		1	2	3	4	5
1	Con la minería de datos la empresa puede mejorar la atención al cliente a partir de la información obtenida				X	
2	La minería de datos ahorra costes a la empresa para dar nuevas oportunidades de negocio		X			
3	La calidad de los datos es la clave del éxito de un almacén de datos				X	
4	Resultan eficaces las técnicas de minería de datos incorporadas en la empresa					X
5	El análisis en aplicación de minería de datos incorpora técnicas de reconocimiento de patrones				X	
6	A partir del uso de la minería de datos surgen nuevas aplicaciones como la minería de textos como también la minería de datos web					X
7	La minería de datos como herramienta de búsqueda de información se utiliza como sistema de apoyo a la toma de decisiones de las altas direcciones de las empresas					X
DIMENSIÓN 2: REGLAS DE NEGOCIO						
8	Las normas establecidas están alineadas a las políticas de la empresa					X
9	Los gestores definen las reglas mediante un excelente análisis de sus procesos				X	
10	Para que estas reglas funcionen es necesario que utilicen la tecnología de un software especializado				X	
11	Se controla eficazmente la evolución de la ejecución presupuestaria			X		
12	Implementan un organigrama funcional en la empresa con sus funciones teniendo en cuenta las reglas de negocio				X	
13	Establece de un cuadro de mando que sintetice todas las coordenadas de la evolución de su empresa				X	
DIMENSIÓN 3: VISIBILIDAD DE LA INFORMACIÓN						
14	Los navegadores facilitan la accesibilidad a los usuarios hacer más visible la información de sus sitios web					X
15	Una buena información da a conocer la realidad del entorno empresarial				X	
16	Dispone de medios adecuados como los canales de difusión para dar a conocer sus servicios				X	
17	Los sitios de búsqueda son fáciles de entender por los clientes					X
18	La experiencia del usuario puede contribuir a la viabilidad de la información				X	
VARIABLE II: TOMA DE DECISIONES						
DIMENSIÓN 1: DECISIONES ESTRATÉGICAS						
19	Analizan continuamente que eventos a futuro podrían ocasionar pérdidas en la Cooperativa					X
20	Es fundamental planificar estrategias para tomar buenas decisiones		X			
21	Las estrategias utilizadas por la empresa son las más eficaces para brindar un buen servicio				X	
22	Los socios antes de hacer una inversión hacen un análisis del escenario financiero para conocer los posibles riesgos en su economía					X
23	En cuanto a las estrategias de fidelización la cooperativa satisface las necesidades del cliente cubriendo sus expectativas				X	
24	Las cooperativas están en capacidad de desarrollar estrategias que les permita aumentar el número de asociados			X		
DIMENSIÓN 2: DECISIONES TÁCTICAS						
25	Cuentan con suficientes agencias como para que el cliente tenga a disponibilidad realizar sus operaciones financieras				X	
26	Tienen impacto en el desarrollo del negocio pero de ningún modo comprometen el futuro de la empresa				X	
27	Las técnicas de cobranza utilizadas en la cooperativa les permite tener una mayor efectividad en los procesos de cobros					X
28	Mantienen una eficaz comunicación con el socio que haya incurrido en mora con la intención de llegar a un acuerdo adecuado que impida los procesos judiciales				X	
29	Cuentan con un sistema integral de cobranza que permita al personal tomar medidas eficientes para la recuperación de la deuda de los socios				X	
30	Las decisiones tácticas involucra a los altos mandos de la organización					X
DIMENSIÓN 3: DECISIONES OPERATIVAS						
31	Conocer la operatividad diaria de la compañía le permite saber las dificultades en las que se encuentre su personal día a día				X	
32	Hay buena disposición por parte de los socios a incrementar su participación en las cooperativas					X
33	Conocen si los socios de la cooperativa toman parte en otras organizaciones				X	
34	Las decisiones que se toman en el nivel más alto de los directivos muchas veces afectan a sus socios				X	
35	Las colocaciones bancarias que se otorgan a los clientes representan un incremento mayor con respecto al año anterior					X

Business Intelligence y toma de decisiones en Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, 2018.					
INSTRUCCIONES: Marque con una (X) en la alternativa que Ud. Considere conveniente 1= Nunca 2= Casi nunca 3= Algunas veces 4= Casi siempre 5= Siempre					
Nº	DIMENSIONES / Ítems				
VARIABLE I: BUSINESS INTELLIGENCE					
DIMENSIÓN 1: MINERÍA DE DATOS		1	2	3	4
1	Con la minería de datos la empresa puede mejorar la atención al cliente a partir de la información obtenida				Y
2	La minería de datos ahorra costes a la empresa para dar nuevas oportunidades de negocio				Y
3	La calidad de los datos es la clave del éxito de un almacén de datos			X	
4	Resultan eficaces las técnicas de minería de datos incorporadas en la empresa				X
5	El análisis en aplicación de minería de datos incorpora técnicas de reconocimiento de patrones		X		
6	A partir del uso de la minería de datos surgen nuevas aplicaciones como la minería de textos como también la minería de datos web				Y
7	La minería de datos como herramienta de búsqueda de información se utiliza como sistema de apoyo a la toma de decisiones de las altas direcciones de las empresas			X	
DIMENSIÓN 2: REGLAS DE NEGOCIO					
8	Las normas establecidas están alineadas a las políticas de la empresa				X
9	Los gestores definen las reglas mediante un excelente análisis de sus procesos				X
10	Para que estas reglas funcionen es necesario que utilicen la tecnología de un software especializado				X
11	Se controla eficazmente la evolución de la ejecución presupuestaria				X
12	Implementan un organigrama funcional en la empresa con sus funciones teniendo en cuenta las reglas de negocio				X
13	Establece de un cuadro de mando que sintetice todas las coordenadas de la evolución de su empresa				X
DIMENSIÓN 3: VISIBILIDAD DE LA INFORMACIÓN					
14	Los navegadores facilitan la accesibilidad a los usuarios hacer más visible la información de sus sitios web				X
15	Una buena información da a conocer la realidad del entorno empresarial				X
16	Dispone de medios adecuados como los canales de difusión para dar a conocer sus servicios				X
17	Los sitios de búsqueda son fáciles de entender por los clientes				X
18	La experiencia del usuario puede contribuir a la visibilidad de la información				X
VARIABLE II: TOMA DE DECISIONES					
DIMENSIÓN 1: DECISIONES ESTRATÉGICAS					
19	Analizan continuamente que eventos a futuro podrían ocasionar pérdidas en la Cooperativa				X
20	Es fundamental planificar estrategias para tomar buenas decisiones				X
21	Las estrategias utilizadas por la empresa son las más eficaces para brindar un buen servicio				X
22	Los socios antes de hacer una inversión hacen un análisis del escenario financiero para conocer los posibles riesgos en su economía				X
23	En cuanto a las estrategias de fidelización la cooperativa satisface las necesidades del cliente cubriendo sus expectativas				X
24	Las cooperativas están en capacidad de desarrollar estrategias que les permita aumentar el número de asociados				X
DIMENSIÓN 2: DECISIONES TÁCTICAS					
25	Cuentan con suficientes agencias como para que el cliente tenga a disponibilidad realizar sus operaciones financieras				X
26	Tienen impacto en el desarrollo del negocio pero de ningún modo comprometen el futuro de la empresa				X
27	Las técnicas de cobranza utilizadas en la cooperativa les permita tener una mayor efectividad en los procesos de cobros				X
28	Mantienen una eficaz comunicación con el socio que haya incurrido en mora con la intención de llegar a un acuerdo adecuado que espere los procesos judiciales				X
29	Cuentan con un sistema integral de cobranza que permita al personal tomar medidas eficientes para la recuperación de la deuda de los socios				X
30	Las decisiones tácticas involucra a los altos mandos de la organización				X
DIMENSIÓN 3: DECISIONES OPERATIVAS					
31	Conocer la operatividad diaria de la compañía le permite saber las dificultades en las que se encuentra su personal día a día				X
32	Hay buena disposición por parte de los socios a incrementar su participación en las cooperativas				X
33	Conocen si los socios de la cooperativa toman parte en otras organizaciones				X
34	Las decisiones que se toman en el nivel más alto de los directivos muchas veces afectan a sus socios				X
35	Las colocaciones bancarias que se otorgan a los clientes representan un incremento mayor con respecto al año anterior				X

Business Intelligence y toma de decisiones en Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, 2019.					
INSTRUCCIONES: Marque con una (X) en la alternativa que Ud. Considere conveniente: 1= Nunca 2= Casi nunca 3= Algunas veces 4= Casi siempre 5= Siempre					
Nº	DIMENSIONES / Items				
VARIABLE I: BUSINESS INTELLIGENCE					
DIMENSIÓN 1: MINERÍA DE DATOS					
		1	2	3	4
1	Con la minería de datos la empresa puede mejorar la atención al cliente a partir de la información obtenida				X
2	La minería de datos ahorra costes a la empresa para dar nuevas oportunidades de negocio				X
3	La calidad de los datos es la clave del éxito de un almacén de datos				X
4	Resultan eficientes las técnicas de minería de datos incorporadas en la empresa				X
5	El análisis en aplicación de minería de datos incorpora técnicas de reconocimiento de patrones				X
6	A partir del uso de la minería de datos surgen nuevas aplicaciones como la minería de textos como también la minería de datos web				X
7	La minería de datos como herramienta de búsqueda de información se utiliza como sistema de apoyo a la toma de decisiones de las altas direcciones de las empresas				X
DIMENSIÓN 2: REGLAS DE NEGOCIO					
8	Las normas establecidas están alineadas a las políticas de la empresa				X
9	Los gestores definen las reglas mediante un excelente análisis de sus procesos				X
10	Para que estas reglas funcionen es necesario que utilicen la tecnología de un software especializado				X
11	Se controla eficazmente la evolución de la ejecución presupuestaria				X
12	Implementan un organigrama funcional en la empresa con sus funciones teniendo en cuenta las reglas de negocio				X
13	Establece de un cuadro de mando que sintetice todas las coordenadas de la evolución de su empresa				X
DIMENSIÓN 3: VISIBILIDAD DE LA INFORMACIÓN					
14	Los navegadores facilitan la accesibilidad a los usuarios hacer más visible la información de sus sitios web				X
15	Una buena información da a conocer la realidad del entorno empresarial				X
16	Dispone de medios adecuados como los canales de difusión para dar a conocer sus servicios				X
17	Los sitios de búsqueda son fáciles de entender por los clientes				X
18	La experiencia del usuario puede contribuir a la visibilidad de la información				X
VARIABLE II: TOMA DE DECISIONES					
DIMENSIÓN 1: DECISIONES ESTRATÉGICAS					
19	Analizan continuamente que eventos a futuro podrían ocasionar pérdidas en la Cooperativa				X
20	Es fundamental planificar estrategias para tomar buenas decisiones				X
21	Las estrategias utilizadas por la empresa son las más eficaces para brindar un buen servicio				X
22	Los socios antes de hacer una inversión hacen un análisis del escenario financiero para conocer los posibles riesgos en su economía				X
23	En cuanto a las estrategias de fidelización la cooperativa satisface las necesidades del cliente cubriendo sus expectativas				X
24	Las cooperativas están en capacidad de desarrollar estrategias que les permita aumentar el número de asociados			X	
DIMENSIÓN 2: DECISIONES TÁCTICAS					
25	Cuentan con suficientes agencias como para que el cliente tenga a disponibilidad realizar sus operaciones financieras				X
26	Tienen impacto en el desarrollo del negocio pero de ningún modo comprometen el futuro de la empresa				X
27	Las técnicas de cobranza utilizadas en la cooperativa les permite tener una mayor efectividad en los procesos de cobros				X
28	Mantienen una eficaz comunicación con el socio que haya incurrido en mora con la intención de llegar a un acuerdo adecuado que impida los procesos judiciales				X
29	Cuentan con un sistema integral de cobranza que permita al personal tomar medidas eficientes para la recuperación de la deuda de los socios				X
30	Las decisiones tácticas involucra a los altos mandos de la organización				X
DIMENSIÓN 3: DECISIONES OPERATIVAS					
31	Conocer la operatividad diaria de la compañía le permite saber las dificultades en las que se encuentra su personal día a día				X
32	Hay buena disposición por parte de los socios a incrementar su participación en las cooperativas				X
33	Conocen si los socios de la cooperativa toman parte en otras organizaciones				X
34	Las decisiones que se toman en el nivel más alto de los directivos muchas veces afectan a sus socios				X
35	Las colocaciones bancarias que se otorgan a los clientes representan un incremento mayor con respecto al año anterior				X

Business Intelligence y toma de decisiones en Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, 2018.						
INSTRUCCIONES: Marque con una (X) en la alternativa que Ud. Considere conveniente 1= Nunca 2= Casi nunca 3= Algunas veces 4= Casi siempre 5= Siempre						
N°	DIMENSIONES / Ítems					
VARIABLE I: BUSINESS INTELLIGENCE						
DIMENSIÓN 1: MINERÍA DE DATOS		1	2	3	4	5
1	Con la minería de datos la empresa puede mejorar la atención al cliente a partir de la información obtenida			X		
2	La minería de datos ahorra costes a la empresa para dar nuevas oportunidades de negocio					X
3	La calidad de los datos es la clave del éxito de un almacén de datos		X			
4	Resultan eficaces las técnicas de minería de datos incorporadas en la empresa					X
5	El análisis en aplicación de minería de datos incorpora técnicas de reconocimiento de patrones			X		
6	A partir del uso de la minería de datos surgen nuevas aplicaciones como la minería de textos como también la minería de datos web					X
7	La minería de datos como herramienta de búsqueda de información se utiliza como sistema de apoyo a la toma de decisiones de las altas direcciones de las empresas					X
DIMENSIÓN 2: REGLAS DE NEGOCIO						
8	Las normas establecidas están alineados a las políticas de la empresa					X
9	Los gestores definen las reglas mediante un excelente análisis de sus procesos			X		
10	Para que estas reglas funcionen es necesario que utilicen la tecnología de un software especializado			X		
11	Se controla eficazmente la evolución de la ejecución presupuestaria			X		
12	Implementan un organigrama funcional en la empresa con sus funciones teniendo en cuenta las reglas de negocio			X		
13	Establece de un cuadro de mando que sintetice todas las coordenadas de la evolución de su empresa			X		
DIMENSIÓN 3: VISIBILIDAD DE LA INFORMACIÓN						
14	Los navegadores facilitan la accesibilidad a los usuarios hacer más visible la información de sus sitios web					X
15	Una buena información da a conocer la realidad del entorno empresarial			X		
16	Dispone de medios adecuados como los canales de difusión para dar a conocer sus servicios					X
17	Los sitios de búsqueda son fáciles de entender por los clientes					X
18	La experiencia del usuario puede contribuir a la visibilidad de la información					X
VARIABLE II: TOMA DE DECISIONES						
DIMENSIÓN 1: DECISIONES ESTRATÉGICAS						
19	Analizan continuamente que eventos o futuros podrían ocasionar pérdidas en la Cooperativa			X		
20	Es fundamental planificar estrategias para tomar buenas decisiones					X
21	Las estrategias utilizadas por la empresa son las más eficaces para brindar un buen servicio			X		
22	Los socios antes de hacer una inversión hacen un análisis del escenario financiero para conocer los posibles riesgos en su economía					X
23	En cuanto a las estrategias de fidelización la cooperativa satisface las necesidades del cliente cubriendo sus expectativas			X		
24	Las cooperativas están en capacidad de desarrollar estrategias que les permita aumentar el número de asociados					X
DIMENSIÓN 2: DECISIONES TÁCTICAS						
25	Cuentan con suficientes agencias como para que el cliente tenga a disponibilidad realizar sus operaciones financieras			X		
26	Tienen impacto en el desarrollo del negocio pero de ningún modo comprometen el futuro de la empresa			X		
27	Las técnicas de cobranza utilizadas en la cooperativa les permite tener una mayor efectividad en los procesos de cobros					X
28	Mantienen una eficaz comunicación con el socio que haya incurrido en mora con la intención de llegar a un acuerdo adecuado que impida los procesos judiciales					X
29	Cuentan con un sistema integral de cobranza que permita al personal tomar medidas eficientes para la recuperación de la deuda de los socios			X		
30	Las decisiones tácticas involucra a los altos mandos de la organización					X
DIMENSIÓN 3: DECISIONES OPERATIVAS						
31	Conocer la operatividad diaria de la compañía le permite saber las dificultades en las que se encuentra su personal día a día					X
32	Hay buena disposición por parte de los socios a incrementar su participación en las cooperativas					X
33	Conocen si los socios de la cooperativa toman parte en otras organizaciones			X		
34	Las decisiones que se toman en el nivel más alto de los directivos muchas veces afectan a sus socios					X
35	Las colocaciones bancarias que se otorgan a los clientes representan un incremento mayor con respecto al año anterior					X

Business Intelligence y toma de decisiones en Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, 2018.					
INSTRUCCIONES: Marque con una (X) en la alternativa que Ud. Considere conveniente 1= Nunca 2= Casi nunca 3= Algunas veces 4= Casi siempre 5= Siempre					
N°	DIMENSIONES / Items				
VARIABLE I : BUSINESS INTELLIGENCE					
DIMENSIÓN 1: MINERÍA DE DATOS		1	2	3	4
1	Con la minería de datos la empresa puede mejorar la atención al cliente a partir de la información obtenida				X
2	La minería de datos ahorra costos a la empresa para dar nuevas oportunidades de negocio		X		
3	La calidad de los datos es la clave del éxito de un almacén de datos				X
4	Resultan eficaces las técnicas de minería de datos incorporadas en la empresa				X
5	El análisis en aplicación de minería de datos incorpora técnicas de reconocimiento de patrones				X
6	A partir del uso de la minería de datos surgen nuevas aplicaciones como la minería de textos como también la minería de datos web			X	
7	La minería de datos como herramienta de búsqueda de información se utiliza como sistema de apoyo a la toma de decisiones de las altas direcciones de las empresas		X		
DIMENSIÓN 2: REGLAS DE NEGOCIO					
8	Las normas establecidas están alineadas a las políticas de la empresa				X
9	Los gestores definen las reglas mediante un excelente análisis de sus procesos				X
10	Para que estas reglas funcionen es necesario que utilicen la tecnología de un software especializado				X
11	Se controla eficazmente la evolución de la ejecución presupuestaria				X
12	Implementan un organigrama funcional en la empresa con sus funciones teniendo en cuenta las reglas de negocio				X
13	Establece de un cuadro de mando que sintetice todas las coordenadas de la evolución de su empresa				X
DIMENSIÓN 3: VISIBILIDAD DE LA INFORMACIÓN					
14	Los navegadores facilitan la accesibilidad a los usuarios hacer más visible la información de sus sitios web		X		
15	Una buena información da a conocer la realidad del entorno empresarial				X
16	Dispone de medios adecuados como los canales de difusión para dar a conocer sus servicios			X	
17	Los sitios de búsqueda son fáciles de entender por los clientes		X		
18	La experiencia del usuario puede contribuir a la visibilidad de la información			X	
VARIABLE II: TOMA DE DECISIONES					
DIMENSIÓN 1: DECISIONES ESTRATÉGICAS					
19	Analizan continuamente que eventos a futuro podrían ocasionar pérdidas en la Cooperativa				X
20	Es fundamental planificar estrategias para tomar buenas decisiones			X	
21	Las estrategias utilizadas por la empresa son las más eficaces para brindar un buen servicio		X		
22	Los socios antes de hacer una inversión hacen un análisis del escenario financiero para conocer los posibles riesgos en su economía		X		
23	En cuanto a las estrategias de fidelización la cooperativa satisface las necesidades del cliente cubriendo sus expectativas				X
24	Las cooperativas están en capacidad de desarrollar estrategias que les permita aumentar el número de asociados				X
DIMENSIÓN 2: DECISIONES TÁCTICAS					
25	Cuentan con suficientes agencias como para que el cliente tenga a disponibilidad realizar sus operaciones financieras				X
26	Tienen impacto en el desarrollo del negocio pero de ningún modo comprometen el futuro de la empresa				X
27	Las técnicas de cobranza utilizadas en la cooperativa les permite tener una mejor efectividad en los procesos de cobros		X		
28	Mantienen una eficaz comunicación con el socio que haya incurrido en mora con la intención de llegar a un acuerdo adecuado que impida los procesos judiciales			X	
29	Cuentan con un sistema integral de cobranza que permita al personal tomar medidas eficientes para la recuperación de la deuda de los socios				X
30	Las decisiones tácticas involucra a los altos mandos de la organización		X		
DIMENSIÓN 3: DECISIONES OPERATIVAS					
31	Conocer la operatividad diaria de la compañía le permite saber las dificultades en las que se encuentre su personal día a día			X	
32	Hay buena disposición por parte de los socios a incrementar su participación en las cooperativas		X		
33	Conocen si los socios de la cooperativa toman parte en otras organizaciones				X
34	Las decisiones que se toman en el nivel más alto de los directivos muchas veces afectan a sus socios			X	
35	Las colocaciones bancarias que se otorgan a los clientes representan un incremento mayor con respecto al año anterior		X		

Business Intelligence y toma de decisiones en Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, 2019.						
INSTRUCCIONES: Marque con una (X) es la alternativa que Ud. Considere conveniente 1= Nunca 2= Casi nunca 3= Algunas veces 4= Casi siempre 5= Siempre						
Nº	DIMENSIONES / ítems					
VARIABLE I: BUSINESS INTELLIGENCE						
DIMENSIÓN 1: MINERÍA DE DATOS		1	2	3	4	5
1	Con la minería de datos la empresa puede mejorar la atención al cliente a partir de la información obtenida			X		
2	La minería de datos ahorra costes a la empresa para dar nuevas oportunidades de negocio			X		
3	La calidad de los datos es la clave del éxito de un almacén de datos			X		
4	Resultan eficaces las técnicas de minería de datos incorporadas en la empresa				X	
5	El análisis en aplicación de minería de datos incorpora técnicas de reconocimiento de patrones			X		
6	A partir del uso de la minería de datos surgen nuevas aplicaciones como la minería de textos como también la minería de datos web					X
7	La minería de datos como herramienta de búsqueda de información se utiliza como sistema de apoyo a la toma de decisiones de las altas direcciones de las empresas			X		
DIMENSIÓN 2: REGLAS DE NEGOCIO						
8	Las normas establecidas están alineadas a las políticas de la empresa					X
9	Los gestores definen las reglas mediante un excelente análisis de sus procesos			X		
10	Para que estas reglas funcionen es necesario que utilicen la tecnología de un software especializado			X		
11	Se controla eficazmente la evolución de la ejecución presupuestaria			X		
12	Implementan un organigrama funcional en la empresa con sus funciones teniendo en cuenta las reglas de negocio			X		
13	Establece de un cuadro de mando que sintetice todas las coordenadas de la evolución de su empresa			X		
DIMENSIÓN 3: VISIBILIDAD DE LA INFORMACIÓN						
14	Los navegadores facilitan la accesibilidad a los usuarios hacer más visible la información de sus sitios web			X		
15	Una buena información da a conocer la realidad del entorno empresarial			X		
16	Dispone de medios adecuados como los canales de difusión para dar a conocer sus servicios					X
17	Los sitios de búsqueda son fáciles de entender por los clientes			X		
18	La experiencia del usuario puede contribuir a la visibilidad de la información					X
VARIABLE II: TOMA DE DECISIONES						
DIMENSIÓN 1: DECISIONES ESTRATÉGICAS						
19	Analizan continuamente que eventos a futuro podrían ocasionar pérdidas en la Cooperativa			X		
20	Es fundamental planificar estrategias para tomar buenas decisiones					X
21	Las estrategias utilizadas por la empresa son las más eficaces para brindar un buen servicio			X		
22	Los socios antes de hacer una inversión hacen un análisis del escenario financiero para conocer los posibles riesgos en su economía			X		
23	En cuanto a las estrategias de fidelización la cooperativa satisface las necesidades del cliente cubriendo sus expectativas			X		
24	Las cooperativas están en capacidad de desarrollar estrategias que les permita aumentar el número de asociados					X
DIMENSIÓN 2: DECISIONES TÁCTICAS						
25	Cuentan con suficientes agencias como para que el cliente tenga a disponibilidad realizar sus operaciones financieras			X		
26	Tienen impacto en el desarrollo del negocio pero de ningún modo comprometen el futuro de la empresa			X		
27	Las técnicas de cobranza utilizadas en la cooperativa les permite tener una mayor efectividad en los procesos de cobros			X		
28	Mantienen una eficaz comunicación con el socio que haya incurrido en mora con la intención de llegar a un acuerdo adecuado que impida los procesos judiciales					X
29	Cuentan con un sistema integral de cobranza que permita al personal tomar medidas eficientes para la recuperación de la deuda de los socios			X		
30	Las decisiones tácticas involucra a los altos mandos de la organización			X		
DIMENSIÓN 3: DECISIONES OPERATIVAS						
31	Conocer la operatividad diaria de la compañía le permite saber las dificultades en las que se encuentra su personal día a día					X
32	Hay buena disposición por parte de los socios a incrementar su participación en las cooperativas			X		
33	Conocen si los socios de la cooperativa toman parte en otras organizaciones			X		
34	Las decisiones que se toman en el nivel más alto de los directivos muchas veces afectan a sus socios					X
35	Las colocaciones bancarias que se otorgan a los clientes representan un incremento mayor con respecto al año anterior			X		

Business Intelligence y toma de decisiones en Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, 2019.					
INSTRUCCIONES: Marque con una (X) en la alternativa que Ud. Considere conveniente 1= Nunca 2= Casi nunca 3= Algunas veces 4= Casi siempre 5= Siempre					
Nº	DIMENSIONES / Items				
VARIABLE I : BUSINESS INTELLIGENCE					
DIMENSIÓN 1: MINERÍA DE DATOS					
		1	2	3	4
1	Con la minería de datos la empresa puede mejorar la atención al cliente a partir de la información obtenida				X
2	La minería de datos ahorra costes a la empresa para dar nuevas oportunidades de negocio		X		
3	La calidad de los datos es la clave del éxito de un almacén de datos				X
4	Resultan eficaces las técnicas de minería de datos incorporadas en la empresa				X
5	El análisis en aplicación de minería de datos incorpora técnicas de reconocimiento de patrones				X
6	A partir del uso de la minería de datos surgen nuevas aplicaciones como la minería de textos como también la minería de datos web				X
7	La minería de datos como herramienta de búsqueda de información se utiliza como sistema de apoyo a la toma de decisiones de las altas direcciones de las empresas	X			
DIMENSIÓN 2: REGLAS DE NEGOCIO					
8	Las normas establecidas están alineadas a las políticas de la empresa				X
9	Los gestores definen las reglas mediante un excelente análisis de sus procesos				X
10	Para que estas reglas funcionen es necesario que utilicen la tecnología de un software especializado				X
11	Se controla eficazmente la evolución de la ejecución presupuestaria				X
12	Implementan un organigrama funcional en la empresa con sus funciones teniendo en cuenta las reglas de negocio				X
13	Establece de un cuadro de mando que sintetice todas las coordenadas de la evolución de su empresa				X
DIMENSIÓN 3: VISIBILIDAD DE LA INFORMACIÓN					
14	Los navegadores facilitan la accesibilidad a los usuarios hacer más visible la información de sus sitios web		X		
15	Una buena información da a conocer la realidad del entorno empresarial				X
16	Dispone de medios adecuados como los canales de difusión para dar a conocer sus servicios				X
17	Los sitios de búsqueda son fáciles de entender por los clientes		X		
18	La experiencia del usuario puede contribuir a la visibilidad de la información				X
VARIABLE II: TOMA DE DECISIONES					
DIMENSIÓN 1: DECISIONES ESTRATÉGICAS					
19	Analizan continuamente que eventos a futuro podrían ocasionar pérdidas en la Cooperativa				X
20	Es fundamental planificar estrategias para tomar buenas decisiones				X
21	Las estrategias utilizadas por la empresa son las más eficaces para brindar un buen servicio				X
22	Los socios antes de hacer una inversión hacen un análisis del escenario financiero para conocer los posibles riesgos en su economía		X		
23	En cuanto a las estrategias de fidelización la cooperativa satisface las necesidades del cliente cubriendo sus expectativas				X
24	Las cooperativas están en capacidad de desarrollar estrategias que les permita aumentar el número de asociados				X
DIMENSIÓN 2: DECISIONES TÁCTICAS					
25	Cuentan con suficientes agencias como para que el cliente tenga a disponibilidad realizar sus operaciones financieras				X
26	Tienen impacto en el desarrollo del negocio pero de ningún modo comprometen el futuro de la empresa				X
27	Las técnicas de cobranza utilizadas en la cooperativa les permite tener una mejor efectividad en los procesos de cobros		X		
28	Mantienen una eficaz comunicación con el socio que haya incurrido en mora con la intención de llegar a un acuerdo adecuado que impida los procesos judiciales				X
29	Cuentan con un sistema integral de cobranza que permita al personal tomar medidas eficientes para la recuperación de la deuda de los socios				X
30	Las decisiones tácticas involucra a los altos mandos de la organización		X		
DIMENSIÓN 3: DECISIONES OPERATIVAS					
31	Conocer la operatividad diaria de la compañía le permite saber las dificultades en las que se encuentra su personal día a día				X
32	Hay buena disposición por parte de los socios a incrementar su participación en las cooperativas		X		
33	Conocen si los socios de la cooperativa toman parte en otras organizaciones				X
34	Las decisiones que se toman en el nivel más alto de los directivos muchas veces afectan a sus socios				X
35	Las colocaciones bancarias que se otorgan a los clientes representan un incremento mayor con respecto al año anterior		X		

Business Intelligence y toma de decisiones en Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, 2019.						
INSTRUCCIONES: Marque con una (X) en la alternativa que Ud. Considere conveniente 1= Nunca 2= Casi nunca 3= Algunas veces 4= Casi siempre 5= Siempre						
Nº	DIMENSIONES / Items					
	VARIABLE I: BUSINESS INTELLIGENCE					
	DIMENSIÓN 1: MINERÍA DE DATOS	1	2	3	4	5
1	Con la minería de datos la empresa puede mejorar la atención al cliente a partir de la información obtenida					X
2	La minería de datos ahorra costos a la empresa para dar nuevas oportunidades de negocio			X		
3	La calidad de los datos es la clave del éxito de un almacén de datos					X
4	Resultan eficaces las técnicas de minería de datos incorporadas en la empresa				X	
5	El análisis en aplicación de minería de datos incorpora técnicas de reconocimiento de patrones					X
6	A partir del uso de la minería de datos surgen nuevas aplicaciones como la minería de textos como también la minería de datos web					X
7	La minería de datos como herramienta de búsqueda de información se utiliza como sistema de apoyo a la toma de decisiones de las altas direcciones de las empresas		X			
	DIMENSIÓN 2: REGLAS DE NEGOCIO					
8	Las normas establecidas están alineadas a las políticas de la empresa					X
9	Los gestores definen las reglas mediante un excelente análisis de sus procesos					X
10	Para que estas reglas funcionen es necesario que utilicen la tecnología de un software especializado					X
11	Se controla eficazmente la evolución de la ejecución presupuestaria					X
12	Implementan un organigrama funcional en la empresa con sus funciones teniendo en cuenta las reglas de negocio					X
13	Establece de un cuadro de mando que sintetice todas las coordenadas de la evolución de su empresa					X
	DIMENSIÓN 3: VISIBILIDAD DE LA INFORMACIÓN					
14	Los navegadores facilitan la accesibilidad a los usuarios hacer más visible la información de sus sitios web			X		
15	Una buena información da a conocer la realidad del entorno empresarial					X
16	Dispone de medios adecuados como los canales de difusión para dar a conocer sus servicios			X		
17	Los sitios de búsqueda son fáciles de entender por los clientes			X		
18	La experiencia del usuario puede contribuir a la visibilidad de la información			X		
	VARIABLE II: TOMA DE DECISIONES					
	DIMENSIÓN 1: DECISIONES ESTRATÉGICAS					
19	Analizan continuamente que eventos a futuro podrían ocasionar pérdidas en la Cooperativa					X
20	Es fundamental planificar estrategias para tomar buenas decisiones			X		
21	Las estrategias utilizadas por la empresa son las más eficaces para brindar un buen servicio					X
22	Los socios antes de hacer una inversión hacen un análisis del escenario financiero para conocer los posibles riesgos en su economía			X		
23	En cuanto a las estrategias de fidelización la cooperativa satisface las necesidades del cliente cubriendo sus expectativas					X
24	Las cooperativas están en capacidad de desarrollar estrategias que les permita aumentar el número de asociados					X
	DIMENSIÓN 2: DECISIONES TÁCTICAS					
25	Cuentan con suficientes agencias como para que el cliente tenga a disponibilidad realizar sus operaciones financieras					X
26	Tienen impacto en el desarrollo del negocio pero de ningún modo comprometen el futuro de la empresa					X
27	Las técnicas de cobranza utilizadas en la cooperativa les permite tener una mejor efectividad en los procesos de cobros			X		
28	Mantienen una eficaz comunicación con el socio que haya incurrido en mora con la intención de llegar a un acuerdo adecuado que impida los procesos judiciales			X		
29	Cuentan con un sistema integral de cobranza que permita al personal tomar medidas eficientes para la recuperación de la deuda de los socios					X
30	Las decisiones tácticas involucra a los altos mandos de la organización			X		
	DIMENSIÓN 3: DECISIONES OPERATIVAS					
31	Conocer la operatividad diaria de la compañía le permite saber las dificultades en las que se encuentra su personal día a día			X		
32	Hay buena disposición por parte de los socios a incrementar su participación en las cooperativas			X		
33	Conocen si los socios de la cooperativa toman parte en otras organizaciones					X
34	Las decisiones que se toman en el nivel más alto de los directivos muchas veces afectan a sus socios			X		
35	Las colocaciones bancarias que se otorgan a los clientes representan un incremento mayor con respecto al año anterior			X		



Declaratoria de Originalidad del Autor


Yo, Rodriguez Reyes Nickoll Stefanny, egresada de la Facultad de Ciencias Empresariales y Escuela Profesional de Contabilidad de la Universidad César Vallejo Lima Este, declaro bajo juramento que todos los datos e información que acompañan a la Tesis titulado:

“Business Intelligence y Toma de decisiones en Cooperativas de ahorro y crédito, Distrito de San Juan de Lurigancho, 2019”, es de mi autoría, por lo tanto, declaro que la Tesis:

1. No ha sido plagiado ni total, ni parcialmente.
2. He mencionado todas las fuentes empleadas, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes.
3. No ha sido publicado ni presentado anteriormente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

Lima, 26 de Noviembre del 2019

Apellidos y Nombres del Autor Rodriguez Reyes Nickoll Stefanny	
DNI: 73142738	Firma 
ORCID: 0000-0003-4591-0136	